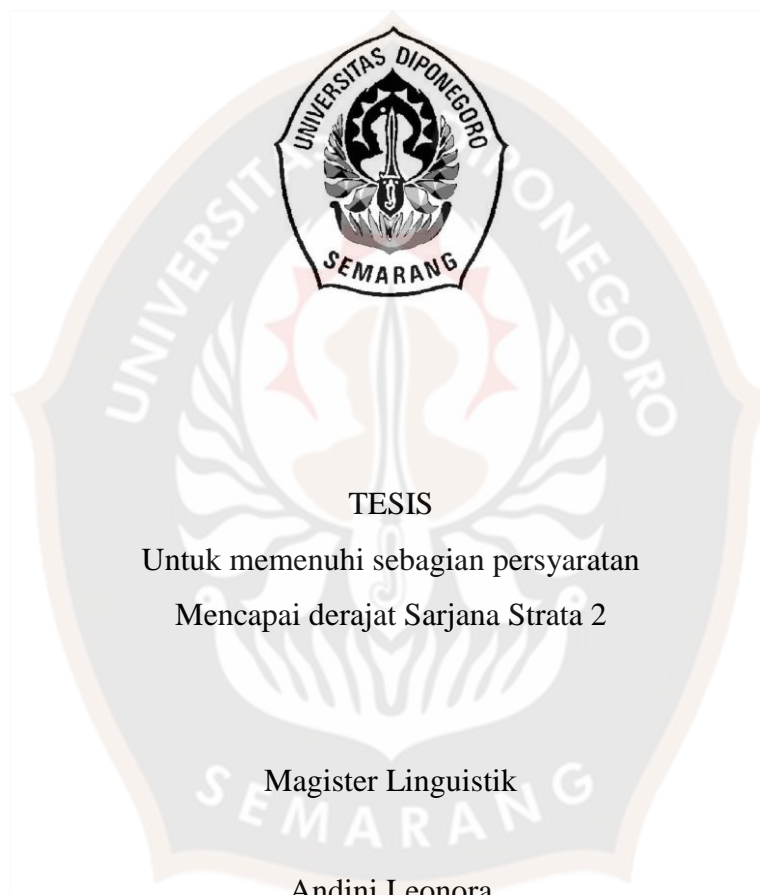


**TEMA DAN PENGEMBANGANNYA PADA BROSUR  
HOTEL BERBINTANG DI JAWA TENGAH  
DAN D.I. YOGYAKARTA**



**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2007**

TESIS

TEMA DAN PENGEMBANGANNYA PADA BROSUR  
HOTEL BERBINTANG DI JAWA TENGAH  
DAN D.I. YOGYAKARTA

Disusun oleh

Andini Leonora  
A 4C005001

Telah disetujui oleh Pembimbing  
Penulisan Tesis pada tanggal 22 November 2007

Pembimbing

Dra. Deli Nirmala, M.Hum  
NIP. 131 672 473

Ketua Program Studi  
Magister Linguistik

Prof. Dr. Sudaryono, S.U.  
NIP. 130 704 306

TESIS

TEMA DAN PENGEMBANGANNYA PADA BROSUR  
HOTEL BERBINTANG DI JAWA TENGAH  
DAN D.I. YOGYAKARTA

Disusun oleh

Andini Leonora  
A 4C005001

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji Tesis  
Pada tanggal 8 Desember 2007  
dan Dinyatakan Diterima

Ketua Penguji  
Dra. Deli Nirmala, M.Hum.  
NIP. 131 672 473

Penguji I  
Prof. Dr. Sudaryono, S.U.  
NIP. 130 704 306

Penguji II  
Drs. Agus Subiyanto, M.A.  
NIP. 131 875 483

Penguji III  
Drs. Mualimin, M.Hum.  
NIP. 131 754 152

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil pekerjaan saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya disebutkan dan dijelaskan di dalam teks dan daftar pustaka.

Semarang, 22 November 2007

Andini Leonora



## PRAKATA

Penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis berhasil menyelesaikan tesis yang berjudul “TEMA DAN PENGEMBANGANNYA PADA BROSUR HOTEL BERBINTANG DI JAWA TENGAH DAN D.I. YOGYAKARTA”. Dalam penyusunan tesis ini keberhasilan yang penulis capai tidak lepas dari bantuan material dan moral dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas membantu dan mendukung penulisan tesis ini.

1. Dra. Deli Nirmala, M.Hum yang dengan kesungguhan hati dan kesabaran telah membimbing penulis dari awal penulisan tesis ini hingga sampai pada akhir penulisan. Kesabaran dan tanggung jawab yang tiada berkesudahan selalu beliau curahkan kepada penulis sehingga memacu semangat penulis untuk segera menyelesaikan penulisan tesis.
2. Prof. Dr. Sudaryono, S.U. sebagai Ketua Program Studi Magister Linguistik Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan birokrasi penulisan tesis sehingga tesis ini dapat berjalan dengan lancar.
3. Bapak Suherman, S.S dan Ibu Hetty Purnomoningsih selaku orang tua, penulis ucapkan terimakasih dan rasa hormat yang terdalam yang telah memberikan semua bentuk dukungan spiritual, moral, dan finansial kepada penulis. Curahan kasih sayang dan doa selalu mereka panjatkan kepada Tuhan Yang

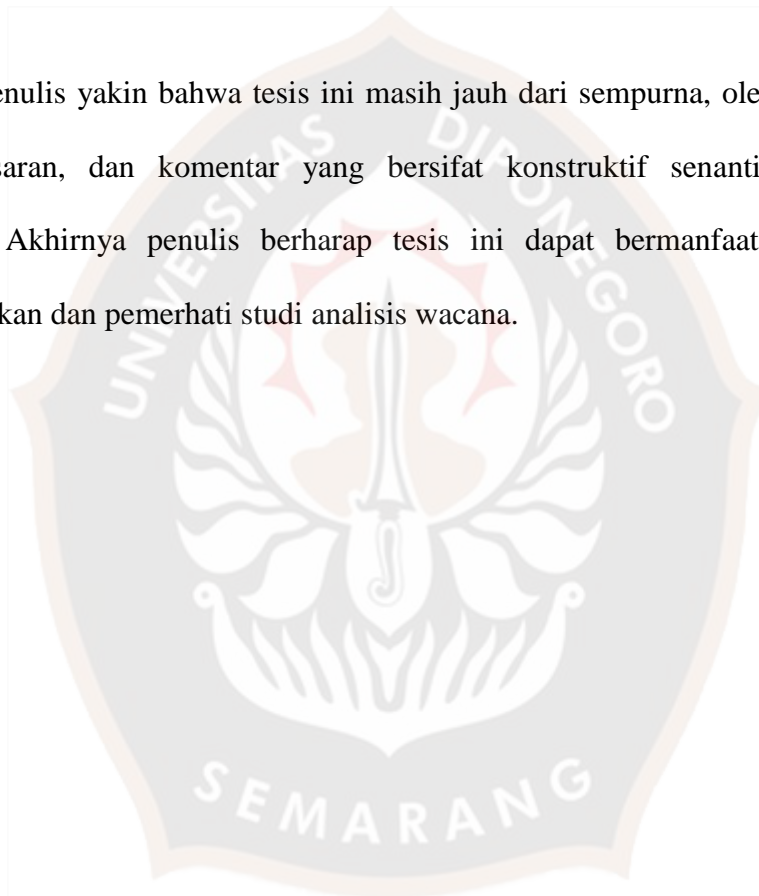
Maha Esa demi kelancaran studi penulis. Tiada kata yang dapat penulis rangkakan untuk membalas kebaikan mereka. Dengan selesainya penulisan tesis ini, penulis berharap dapat memberikan penghormatan dan penghargaan yang tertinggi kepada orang tua penulis.

4. Aditya Dwi Tungga Rengga S.T, Aldila Sagitaning Putri, S.Si, Andikara Mahardika selaku adik-adik penulis yang telah memberikan dukungan dalam doa serta dengan sabar mendengarkan keluh kesah penulis serta telah memberikan canda, tawa, tangis dan air mata selalu menghiasi hari-hari yang penulis lalui bersama mereka.
5. Sahabat penulis selama menempuh studi di Program Studi Magister Linguistik Universitas Diponegoro, Riris Tiani, Indriani Triandjojo, Tasykur Modawan (Wa-one), Budi Santoso, Ely Triasih, Chusni Hadiati (Unie), Wiwiek Sundari, Yulia Mutmainah, Siti Junawaroh, Astari Yurike.
6. Mba' Ambar selaku staff karyawan yang telah memberikan informasi serta pelayanan administrasi sehingga berjalan dengan lancar serta mau mendengarkan curahan hati dan memberikan sedikit nasihat kepada penulis selama menempuh studi di Program Studi Magister Linguistik.
7. Ucapan terimakasih pun penulis sampaikan kepada Dr. Sugeng Purwanto M.A yang telah memberikan masukan, pendapat dan ide demi kelancaran penulisan tesis ini.
8. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bp. Pdt. Abraham Gunawan dan Ibu Elizabeth yang telah memberikan dukungan dalam doa dan memberikan sesuatu yang berharga dalam kehidupan penulis. Dan tidak lupa

juga kepada teman-teman GGP EL-Shaddai Kak Michael, Freena, Chelva, Anto, Freeda, Dema, Dana, Hans, Freeno, Keke' dan Kak Deny atas kebersamaan yang diberikan dan doa.

9. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada my 'best friend' atas kasih sayang, kesabaran, kepercayaan, dukungan serta dorongan selama penulisan tesis.

Penulis yakin bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritikan, saran, dan komentar yang bersifat konstruktif senantiasa penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan dan pemerhati studi analisis wacana.



## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iv
PERNYATAAN KEABSAHAN TESIS.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAKSI.....	xiv
INTISARI.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang dan Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	7
C. Manfaat Penelitian.....	7
D. Definisi Oprasional.....	8
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
F. Metode dan Langkah Kerja Penelitian.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 12
A. Penelitian Sebelumnya.....	12
B. Konsep Tema dan Rema.....	12
1. Klausa Sebagai Pesan ( <i>Clause as a Message</i> ).....	14
2. Klausa Sebagai Pertukaran ( <i>Clause as an Exchange</i> ).....	16
3. Klausa Sebagai Penyajian/Perwakilan ( <i>Clause as Representation</i> ).....	20



C. Definisi Tema.....	23
1. Jenis Tema.....	25
a. Tema Ideasional.....	25
b. Tema Interpersonal.....	26
c. Tema Tekstual.....	28
d. Tema Gabungan ( <i>Multiple Theme</i> ).....	29
2. Klausa Kompleks sebagai Tema.....	30
3. Klausa sebagai Subjek.....	30
D. Pengembangan Tema.....	31
1. Pola Zig-zag.....	32
2. Pola Re-Iteration/ Tema Tetap ( <i>constant</i> ).....	33
3. Pola Tema Gabungan.....	34
E. Kohesi.....	35
1. Referen .....	37
a. Anaforik.....	40
b. Kataforik.....	39
c. Referen Perbandingan ( <i>comparative reference</i> ).....	41
2. Penghilangan Kata ( <i>Ellipsis</i> ).....	42
3. Konjungsi.....	43
a. Pengembangan ( <i>Elaboration</i> ).....	43
b. Perluasan ( <i>Extension</i> ).....	44
c. Peningkatan ( <i>Enhancement</i> ).....	45
4. Kohesi Leksikal.....	47

a. Klasifikasi (clasification).....	47
b. Komposisi (composition).....	48
F. Brosur.....	48
BAB III CARA PENELITIAN.....	52
A. Penyediaan Data.....	52
B. Analisis Data.....	53
C. Penyajian Hasil Analisis Data.....	53
BAB IV JENIS TEMA.....	56
A. Tema Ideasional/Topikal ( <i>Topical Theme</i> ).....	62
1. Tema Topikal tak Bermarkah ( <i>unmarked Topical Theme</i> ).....	62
a. Common Noun.....	63
b. Proper Noun.....	64
c. Kata Ganti ( <i>pronoun</i> ).....	65
d. <i>Existential 'there'</i> .....	69
e. Imperative.....	71
2. Tema Topikal bermarkah ( <i>Marked Topikal Theme</i> ).....	73
a. Frase Adverbial sebagai tema.....	73
b. Frase Preposisi sebagai tema.....	78
3. Passivisasi Tema.....	79
4. Klausa sebagai Tema.....	81
B. Tema Tekstual.....	82
1. Kata Sambung ( <i>conjunction</i> ).....	83
a. Kata Penghubung Koordinasi.....	83

b. Kata Penghubung subordinasi.....	86
2. Konjungtif ( <i>conjunctive adjunct</i> ).....	91
C. Tema Interpersonal.....	93
D. Tema Gabungan.....	95
BAB V KOHESI.....	98
A. Referen.....	98
1. Anaforik.....	100
2. Kataforik.....	101
3. Referen perbandingan ( <i>comparative reference</i> ).....	104
B. Penghilangan dan Pergantian ( <i>Ellipsis and Substitution</i> ).....	105
C. Konjungsi.....	106
1. Pengembangan ( <i>Elaboration</i> ).....	106
2. Perluasan ( <i>Extension</i> ).....	108
3. Peningkatan ( <i>Enhancement</i> ).....	109
D. Kohesi Leksikal.....	110
1. Klasifikasi (classification).....	111
a. Co-hiponimi (co-hyponymy).....	111
b. Class/sub-class.....	111
c. Kontras (contrast).....	112
d. Persamaan (similarity).....	112
1) Pengulangan (Repetition).....	112
2) Sinonim (Synonymy).....	113
2. Komposisi (composition).....	114

BAB V	PENGEMBANGAN TEMA.....	115
A.	Pola tema Re-Iteration/Konstan.....	116
B.	Pola Zig-Zag.....	126
C.	Pola Multiple.....	128
BAB VII	PENUTUP.....	134
A.	Simpulan.....	134
B.	Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



## ABSTRACT

Language cannot be separated from its application in society. Therefore advertising language is analyzed through this research. This research is done to answer several research questions, in which involving type of theme and rheme used in a brochure hotel, the thematic progression pattern is employed in developing the brochure hotels in Central Java and D.I. Yogyakarta, and they describe different types of cohesion in the hotel brochure textual cohesion.

This study aims at finding out the notions of Theme as a resource for the organisation of the clause as a message and theme development. Furthermore, this study also try to show the cohesion text in the brochure of 4 and 5 star hotels in Central Java and D.I. Yogyakarta.

The analysis explores the insights concerning the relationship between Theme and Rheme derived from theory of Systemic-Functional Grammar stated by Halliday (1994), *An Introduction to Systemic Functional Linguistics* by Eggins (1994), *Making Sense of Functional Grammar* by Gerot and Wignell (1994), and *Cohesion in English* declared by Halliday and Hasan (1994).

The research design applied in this study is qualitative since the data in this research are words and clauses. The data are 12 samples of brochure hotel in Central Java and D.I. Yogyakarta.

The data analysis shows that there are some different types of theme. The theme can be classified into four, i.e. (1) ideational theme (topical) namely unmarked and marked theme; (2) textual theme i.e. conjunction and conjunctive adjunct; (3) interpersonal theme and (4) multiple theme, namely *tekstual^eksperiensial*, *Interpersonal^eksperiensial*, and *tekstual^interpersonal*. Furthermore, the pattern of development theme is divided into three, i.e. (1) the zig-zag pattern, (2) theme re-iteration, and (3) the multiple theme pattern. Moreover, cohesion can be divided into different types of cohesion in text, i.e. (a) reference i.e. anaphoric, cataphoric, and comparative reference; (b) ellipsis, (c) conjunction i.e. elaboration, extension, and enhancement; (d) lexical cohesion namely classification and composition. Classification i.e. co-hyponymy, class/subclass, contrast, and similarity which are repetition and synonymy and composition that is meronymy.

The result revealed that the bodycopies of the brochure hotel were not constructed based on one thematic development. A text might employ several or even none of the patterns of thematic development. In short, they do not follow a single specific pattern. This is probably because the nature of brochure texts is informative, attractive, persuasive, and creative.

## INTISARI

Bahasa tidak bisa terpisah dari aplikasi dalam masyarakat. Oleh karena itu bahasa iklan dianalisis melalui penelitian. Penelitian ini dilaksanakan untuk menjawab beberapa pertanyaan yang meliputi jenis tema apa sajakah yang digunakan dalam brosur hotel, pola pengembangan tema apa yang dipakai dalam brosur, serta unsur-unsur kohesi tekstual pada brosur hotel berbintang di Jawa Tengah dan D.I.Yogyakarta

Studi ini bertujuan untuk menemukan jenis tema sebagai organisasi klausa sebagai pesan dan pengembangan temanya. Selain itu, studi ini juga bertujuan untuk menunjukkan kekohesian teks dalam brosur hotel bintang 4 dan 5 di Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta.

Analisis ini meneliti pengertian yang mendalam dalam hubungan Tema dan Rema yang diperoleh dari teori Sistem Fungsi tata bahasa yang dikemukakan oleh Halliday (1994), Pengenalan Sistem Linguistik Fungsional yang dicetuskan oleh Eggins (1994), Tata bahasa Fungsional dirumuskan oleh Gerot dan Wignell (1994) dan kohesi dalam bahasa Inggris yang dicetuskan oleh Halliday dan Hasan (1994).

Studi yang digunakan bersifat deskriptif karena bertujuan untuk menggambarkan data dengan kata-kata atau klausa. Teknik yang dipakai untuk mengumpulkan data adalah teknik agih dengan mengambil dari sumber aslinya. Data penelitian ini, diambil dari 12 sample brosur hotel yang dianggap sudah mewakili dari seluruh kota besar di Jawa tengah dan D.I.Yogyakarta.

Dari hasil penelitian diperoleh adanya jenis-jenis tema yang meliputi tema ideasional (topikal) seperti tema topikal tak bermarkah dan bermarkah, tema tekstual dengan subjenisnya, yaitu kata sambung dan kata keterangan konjungtif, tema interpersonal. Tema gabungan yang ditemukan dalam brosur adalah tekstual<sup>^</sup>eksperiensial, Interpersonal<sup>^</sup>eksperiensial, dan tekstual<sup>^</sup>interpersonal. Pengembangan tema, mencakupi pola tema zig-zag, pola re-iteration, dan pola multiple atau gabungan. Kohesi tekstual teks meliputi berbagai jenis (a) referen dengan subjenisnya, anaforik, kataforik dan referen perbandingan; (b) penghilangan kata, (c) konjungsi dengan subjenisnya; pengembangan, perluasan, dan peningkatan; (d) kohesi leksikal dengan subjenisnya klasifikasi dan komposisi. Klasifikasi dengan subjenisnya co-hiponimi. Class/subclass, kontras, dan persamaan antara pengulangan dan sinonim; sedangkan komposisi dengan subjenisnya meronimi.

Berkenaan dengan hasil penelitian, brosur hotel tidak berdasarkan pada pola pengembangan tema. mengetahui apa yang disampaikan supaya mengikuti pola pengembangan tema tertentu meskipun brosur berfungsi sebagai iklan yang informatif, menarik, membujuk.



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang dan Masalah**

Untuk menjual berbagai barang atau jasa, dibutuhkan suatu strategi agar barang atau jasa tersebut laku. Dengan strategi tertentu diharapkan khalayak tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, bentuk promosi yang efektif adalah iklan, karena iklan dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Iklan bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu iklan elektronik (media TV, radio, dan CD Rom), dan iklan cetak (surat kabar, majalah, poster, brosur, selebaran, katalog, dll).

Sebagai media promosi, iklan mempunyai fungsi informasi sekaligus membujuk pembaca untuk membeli produk yang ditawarkan. Dalam menyusun iklan, pembuat iklan memperhatikan ilustrasi yang digunakan agar pembaca tertarik pada barang atau jasa yang diiklankan. Apabila iklan tersebut berupa brosur hotel maka pembaca akan tertarik untuk mengunjungi hotel yang dipromosikan.

Ketika mencoba menyampaikan pesan, penutur atau penulis iklan selalu berpikir bagaimana mengolah kata dalam kalimat agar informasi yang dimaksud dapat dipahami oleh pendengar atau pembaca. Gerot dan Wignell (1994:102) menjelaskan bahwa penutur seharusnya memikirkan apa yang ditempatkan pertama dalam permulaan klausa, di mana dan mengapa penutur menyampaikan pesan. Dengan pertimbangan ini, klausa dipandang sebagai pesan dan merupakan bagian dari suatu pesan yang lebih besar yang biasa disebut teks.

Halliday dan Hasan (1976:1) memberikan definisi teks sebagai bacaan (passage) lisan atau tulis, berapapun panjangnya yang mengandung arti yang disatukan dalam wujud kalimat. Pemahaman teks diperoleh sesuai dengan konteks yang terjadi. Dengan demikian, teks brosur adalah potongan bahasa tertulis yang digunakan sebagai sarana memberikan informasi, seperti halnya untuk mempengaruhi konsumen supaya menggunakan dan/atau membeli produk atau jasa.

Menurut Halliday (1994) ada tiga macam makna ketika penutur/penulis menggunakan bahasa. Pertama, berkomunikasi untuk membicarakan tentang pengalaman sekitar yang mencakup kata-kata dalam daya imajinasi dan untuk menguraikan suatu peristiwa atau situasi. Kedua, bahasa digunakan untuk berinteraksi, menjaga hubungan, untuk mengekspresikan sikap, dan memberikan pendapat. Ketiga, bahasa digunakan dengan cara mengorganisir pesan yang sesuai dengan konteks.

Ketiga fungsi tersebut disebut metafungsi. Metafungsi itu meliputi Fungsi Ideasional (*Ideational Function*), Fungsi Interpersonal (*Interpersonal Function*) dan Fungsi Tekstual (*Textual Function*). Fungsi Ideasional adalah fungsi bahasa untuk menggambarkan pengalaman yang mencakup dua subfungsi: (1) Fungsi Eksperiensial dan (2) Fungsi Logis. Fungsi Eksperiensial menunjukkan pengalaman bukan linguistik yang direalisasikan ke dalam pengalaman linguistik dalam klausa yang terdiri dari 3 elemen atau unsur, yaitu (a) Proses atau kata kerja dalam tatabahasa tradisional, (b) Partisipan, yakni orang atau benda yang terikat dalam proses dan (c) Sirkumstan (*circumstance*) atau setara dengan Adverbia



dalam tatabahasa tradisional. Hal ini berhubungan dengan ungkapan 'isi' dengan fungsi bahasa yang terlibat didalamnya. Fungsi Logis menunjukkan hubungan antarklausa yang membangun satu wacana. Fungsi Interpersonal adalah fungsi bahasa dalam pertukaran pengalaman. Fungsi Interpersonal mengacu pada kegiatan atau aktivitas yang dilakukan antara penutur/penulis dengan pendengar/pembaca dalam interaksi yang banyak ditentukan oleh *Mood* dan *Residu*. Hal tersebut berhubungan dengan fungsi sosial bahasa, dengan pernyataan 'sudut pandang (*angle*)' pembicara, penilaian dan sikap dalam situasi, dan juga alasan mengungkapkan sesuatu. Fungsi Tekstual adalah fungsi bahasa dalam merangkai atau mengorganisasikan pengalaman atau situasi. Fungsi Tekstual berhubungan dengan sekelompok pesan melalui pemilihan tema-remas. Hal itu dilakukan dengan cara bagaimana seorang pembicara atau penulis memberikan informasi untuk mempresentasikan pesan. Sejalan dengan ketiga fungsi tersebut, bahasa dikatakan mengandung tiga makna, yakni makna pengalaman (*Ideational Meaning*), makna antarpersona atau makna pertukaran (*Interpersonal Meaning*), dan makna perangkaian atau pengorganisasian (*Textual Meaning*) (Eggins, 1994:3). Halliday menjelaskan bahwa teks dapat dianalisis ke dalam nuansa makna (klausa sebagai pesan, klausa sebagai pertukaran, dan klausa sebagai perwakilan). Misalnya:

I	caught the first bait
Subjek Pelaku Tema	Remas

Halliday, (1994:34)

Unsur '*I*' berfungsi sebagai Tema (*Theme*) dan unsur '*caught the first bait*' sebagai Rema (*Rheme*). Fungsi pelaku (*Actor*) juga dapat ditafsirkan dalam hubungan dengan Proses (*Process*) dan hasil (*Goal*) (dalam makna yang sama).

Dalam *Systemic Functional Grammar*, istilah 'klausa' disebut juga 'kalimat' (Halliday, 1994). Menurut Gerot dan Wignell, kalimat adalah unit bahasa tertulis yang tidak berlaku dalam bahasa lisan. Tetapi ketika seseorang berbicara mereka menyampaikan pesan secara gramatikal dalam klausa yang kompleks. Seperti pendapat Gerot dan Wignell, Thompson (1996:21) mencatat bahwa kalimat adalah bahasa tulis yang dibuat dengan label teks tertulis yang dibatasi oleh tanda titik atau sejenisnya. Halliday dan ahli lainnya di *Systemic Functional Grammar* menggunakan klausa dalam menganalisis percakapan dan bahasa tulis. Dalam tesis ini, penulis akan menggunakan istilah 'klausa' untuk menyebut teks brosur.

Halliday menyatakan bahwa klausa adalah kombinasi tiga macam makna yang berbeda. *Systemic Functional Grammar* meneliti pengaturan fungsi teks tertentu yang didasarkan pada: klausa sebagai pesan, klausa sebagai pertukaran, dan klausa sebagai penyajian/perwakilan.

Unsur pertama adalah fungsi tema dalam struktur klausa sebagai pesan. Halliday menggambarkan hubungan antara pesan dan tema sebagai berikut:

*A clause has meaning as a message, a quantum of information; the theme is the point of departure for the message. It is the element the speaker selects for 'grounding' what he is going on to say.*

(Halliday, 1994:37).

Artinya setiap klausa yang dihasilkan diperlakukan sebagai pesan yang kemudian menjadi pesan yang lebih besar (teks). Ketika memberikan informasi, penutur mengungkapkan makna secara tekstual melalui Tema-Rema. Tema adalah tujuan utama pesan dalam klausa atau titik permulaan klausa. Dengan kata lain, Tema adalah informasi lama yang biasanya diletakkan di bagian depan. Sebaliknya, Rema merupakan bagian klausa setelah Tema atau informasi baru yang biasanya diletakkan di belakang Tema. Klausa dalam bahasa Inggris pada percakapan atau tulisan diketahui bahwa suatu item mempunyai status tematisasi yang diletakkan terlebih dahulu yaitu klausa yang terkait dibagian tema dan dikembangkan dalam rema. Kemudian struktur tematik adalah stuktur yang menyusun karakter klausa sebagai pesan yang menentukan fungsi tema dan rema. Dalam contoh berikut tema adalah *father*.

Father	is painting the wall
Tema	Rema

Klausa tersebut dimulai dengan *father* dan sisa dari pesan itu adalah *is painting the wall*. Fungsi tema ditunjukkan oleh *father* dan *father* digunakan untuk memberitahu, perhatian penulis adalah *is painting the wall* dan secara otomatis berfungsi sebagai rema.

Contoh berikut menunjukkan bagaimana struktur tema-remamemberi penekanan berbeda yang hasilnya memiliki makna berbeda pula.

(1) *Tina is the teacher's pet.*

(2) *The teacher's pet is Tina.*

Klausa pertama membahas tentang seseorang yaitu *Tina*. Dengan demikian, *Tina* berfungsi sebagai tema di mana penulis memulai klausa (*I'll tell you about Tina*). Klausa kedua menceritakan tentang *the teacher's pet* (*I'll tell you about the teacher's pet*) yang disebut tema. Dengan memberikan keterangan dua tema *I'll tell you about....*, pembaca/pendengar dapat merasakan bahwa dua klausa tersebut memiliki makna yang berbeda. Maka, perbedaan dalam memilih atau penempatan tema juga berbeda dalam makna. Ini yang disebut sebagai "TEMATISASI"

Pemilihan tema klausa berhubungan dengan informasi yang dikembangkan dalam teks. Kemudian, perkembangan tema antarteks disebut metode pengembangan teks (Fries, 1981 mengutip Martin, dkk. 1992). Seperti halnya Fries, Coulthard (1994:230) menyatakan bahwa dalam bahasa tulis terdapat gerakan berkala dari tema ke rema secara teratur. Hal ini berarti ketika melihat tema dan rema secara bersamaan dalam teks ada pola tertentu yang muncul. McCarthy (1991:56) meyakinkan bahwa teks iklan/brosur menggunakan pilihan tema yang sama, biasanya nama produk atau nama tempat, dan karena tema merupakan dasar bagi pesan maka menurut Halliday tema mempunyai pesan yang sangat penting.

Alasan tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti Tema+Rema dan organisasi teks brosur hotel berbintang di Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta. Adapun rumusan masalah yang akan penulis sampaikan adalah sebagai berikut.

- (1) Jenis tema apa saja yang digunakan dalam brosur hotel berbintang di Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta?

- (2) Unsur-unsur kohesi apa saja yang terdapat dalam brosur?
- (3) Bagaimana pengembangan tema tertentu atau khusus di dalam penulisan brosur hotel?

## **B. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah disebutkan, penelitian ini mencoba untuk:

- (1) memerikan jenis-jenis tema yang digunakan dalam brosur hotel,
- (2) menunjukkan koherensi teks brosur hotel berbintang,
- (3) menjelaskan pengembangan tema brosur hotel berbintang di Jawa Tengah dan Yogyakarta.

## **C. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan secara teoritis terhadap teori kajian wacana, khususnya mengenai sistem tematisasi dalam brosur hotel berbintang di Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta. Hal ini bertujuan untuk mengungkapkan banyaknya pilihan yang diberikan oleh para pemakai bahasa, khususnya penulis media cetak atau pemasang iklan dalam penyampaian pesan. Di samping itu, penting bagi pembaca terutama konsumen agar dapat mengenali pesan yang disampaikan, sehingga konsumen akan dapat berhati-hati dalam memilih produk atau jasa yang menjadi penekanan produsen atau pembuat iklan.

#### D. Definisi Oprasional

Dalam penelitian ini terdapat beberapa istilah penting yang sering digunakan, yaitu tema+rema (tema topikal, tema tekstual, dan tema ideasional) pengembangan tema (Pola re-iteration, Pola zig-zag, Pola tema multiple (tema gabungan)), kohesi, dan brosur hotel. Agar pemakaiannya dapat dilakukan secara konsisten, pengertian tentang istilah tersebut dibatasi seperti berikut ini.

1. Tema adalah titik awal pesan yang berada pada unsur pertama dalam klausa yang membicarakan tentang sesuatu. Tema dibagi menjadi 3, yaitu tema topikal, tema tekstual dan tema interpersonal.
2. Rema adalah sisa dari tema yang menjadi bagian dari klausa dimana tema dikembangkan atau sesuatu yang dibicarakan. Jadi semua yang bukan tema adalah rema. Dengan demikian, klausa sebagai pesan terorganisir ke dalam tema yang dikombinasikan dengan rema (Theme+Rheme).
3. Tema topikal adalah kelompok nominal dalam klausa yang berupa nomina kompleks, kata keterangan (*adverbia*), dan frase preposisi.. Tema topikal dapat berwujud tema topikal tak bermarkah (*unmarked topical theme*) yang merupakan subjek, dan tema topikal bermarkah (*marked topical theme*) yang bukan sebagai subjek.
4. Tema tekstual adalah tema yang berhubungan dengan klausa ke setiap konteksnya. Kontinuatif dan/atau konjungtif dan konjungsi merupakan wujud dari tema tekstual.
5. Tema interpersonal merupakan unsur interpersonal yang muncul sebelum tema topikal yang bisa ditemukan. Tema interpersonal mengacu kepada



kegiatan atau aktivitas yang dilakukan antara penutur/penulis dengan pendengar/pembaca dalam berinteraksi.

6. Pengembangan Tema merupakan kontribusi sangat penting dalam tema yang akan membuat suatu teks kohesif dan koheren dari suatu teks. Hal ini berhubungan dengan bagaimana unsur tematisasi tersebut berhasil. Pola pengembangan tema menurut Eggins meliputi 3 pola, yaitu pola re-iteration, pola zig-zag, dan pola tema gabungan.
7. Brosur hotel merupakan iklan media cetak yang memberikan informasi tentang fasilitas dan kenyamanan kepada konsumen dengan menguraikan jasa layanan dengan menggunakan teknik tulis dan visual.
8. Kohesi merupakan hubungan satu klausa dengan klausa lain yang mencakupi 4 unsur, yaitu referen, elipsis, konjungsi, dan leksikal.

#### **E. Ruang Lingkup Penelitian**

Agar permasalahan yang dibahas tidak terlalu luas, maka penulis memberikan batasan-batasan penelitian. Batasan-batasan ini meliputi objek penelitian dan teori analisis. Objek penelitian ini adalah teks brosur hotel berbintang yang berada di kota besar Jawa Tengah seperti Semarang, Solo, Magelang dan D.I. Yogyakarta yang bertaraf Internasional. Karena hotel tersebut bertaraf Internasional maka brosur yang digunakan adalah brosur hotel yang menggunakan bahasa Inggris. Dalam hal ini yang difokuskan adalah analisis tema, pengembangan tema dan unsur kohesi. Objek penelitian selanjutnya dilanjutkan

dengan menggunakan teori Halliday, Eggins, Gerot dan Wignell yang memfokuskan tentang Tema+Rema, pengembangan tema dan unsur-unsur kohesi.

#### **F. Metode dan Langkah Kerja Penelitian**

Teks brosur hotel berbintang di Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta sebanyak 12 sample yang dianalisis menurut jenis tema dan pengembangan tematisasinya. Jenis tema tersebut dilihat dari klausa, apakah klausa itu termasuk dalam tema ideasional/topikal, tema interpersonal, atau tema tekstual. Analisis pengembangan temanya dilihat menurut teori Eggins yang menyebutkan ada 3 pola, yaitu pola tema re-iteration/konstan, zig-zag, dan pola tema gabungan. Dilanjutkan dengan unsur-unsur kohesi menurut teori Halliday dan Hasan mencakupi 4 cara untuk menunjukkannya, yakni referen, elipsis, konjungsi, dan leksikal.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Tesis ini diawali dengan bab I yang berisikan latar belakang dan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi oprasional, ruang lingkup penelitian, metode dan langkah kerja penelitian dan sistematika penulisan. Tinjauan pustaka dan landasan teori yang meliputi penelitian sebelumnya, konsep Tema dan Rema, definisi tema, pengembangan tematisasi, dan brosur dikaji dalam Bab II. Metode penelitian dibahas pada Bab III yang meliputi penyediaan data, analisis data dan penyajian hasil analisis data. Bab IV berisikan pembahasan tentang Jenis tema,



pengembangan tema terdapat pada Bab V dan hasil penelitian unsur kohesi pada Bab VI. Tesis ini ditutup dengan Bab VII yang berisikan simpulan dan saran.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang tema dalam Tema+Rema dan pengembangan tema telah dilakukan antara lain oleh Farikah (2006). Dia meneliti tentang *Thematic Progression of The report genre written by the third semester students of UTM in the academic year 2005/2006*. Dalam penelitiannya, jenis tema pada teks mahasiswa yang ditemukan adalah tema topikal tak bermarkah, tema tekstual, tema topikal bermarkah, dan tema interpersonal. Pola pengembangan tema yang ditemukan berpola konstan/re-iteration, zig-zag dan tema gabungan.

#### B. Konsep Tema dan Rema

Setiap orang mempunyai hak untuk menggunakan bahasa lisan atau tulis untuk mengungkapkan sesuatu yang didasarkan pada maksudnya. Mereka selalu berpikir apa yang akan dikatakan atau ditulis pertama kali dengan meletakkan makna dari kata-kata dan mengapa memberikan informasi/maksud atau pesan demikian. Tentu saja ketika berbicara atau menulis, penulis atau penutur tidak hanya menggunakan satu fungsi tuturan, misalnya memberikan informasi atau bertanya, tetapi juga memberikan perintah, permintaan, penegasan, dan lain sebagainya. Halliday dan ahli lainnya dalam sistem Halliday seperti Fries, Martin, Thompson, Matthiessen, Gerot dan Wignell telah menggunakan istilah '*Systemic Functional Grammar*' untuk menguraikan bahasa yang digunakan sesuai dengan

fungsinya untuk berinteraksi. Mereka menyetujui dalam menggambarkan *Systemic Functional Grammar* sebagai tatabahasa yang didasarkan pada pendekatan fungsional. Tatabahasa itu digunakan sebagai sumber untuk menyatakan maksud hubungan dengan situasi dan budaya lisan atau teks yang dimunculkan.

Apa yang dimaksud lisan maupun tulis dapat ditafsirkan dan dianalisis oleh fungsi label. Gerot dan Wignell (1994) mencatat bahwa wujud tulisan dan tuturan adalah klausa, bukan kalimat sebab kalimat hanya sebagai perwujudan dari bahasa dengan tulisan. Kalimat diawali dengan huruf besar dan diakhiri dengan tanda titik atau sejenisnya, yang konsekuensinya dalam mengartikan tuturan dan teks menggunakan istilah 'Klausa'. Halliday (1994:179) menunjukkan bahwa Bahasa Inggris adalah kombinasi tiga struktur berbeda yang memperoleh komponen fungsional nyata dalam teori sistemik yang disebut metafungsi. Metafungsi bahasa tersebut adalah Ideasional, Interpersonal, dan Tekstual.

Metafungsi pertama yaitu Fungsi Ideasional memiliki peran dalam konstruksi makna yang berhubungan dengan fisik dan pengalaman pemakai bahasa. Di dalam unsur makna ini, klausa dipandang sebagai perwakilan. Kedua, Fungsi Interpersonal memungkinkan untuk menyatakan pendapat dan sikap. Hal ini merupakan pertukaran lisan antar penutur/penulis dan pendengar/pembaca. Fungsi ini menunjukkan tindakan atau aksi yang dilakukan terhadap pengalaman dalam interaksi sosial, yang direalisasikan oleh protoaksi. Di sini interaksi menunjukkan bahwa klausa sebagai pertukaran. Berikutnya, Fungsi Tekstual mewujudkan Ideasional dan Interpersonal dalam teks yang berkaitan dengan

tuturan dan situasi sekitar. Oleh sebab itu konstruksi teks tergantung pada tujuan dan mencerminkan maksud dari situasi yang digunakan.

Sub-bab berikut ini adalah uraian ringkas tentang nuansa makna (strand of meaning):

### **1. Klausa sebagai Pesan (Clause as a Message)**

Klausa sebagai pesan ditunjukkan oleh fungsi tekstualnya yang berarti memperhatikan klausa dalam konteks bahasa dengan mencoba melihat bagaimana seorang penutur atau penulis membangun pesan yang sesuai dengan kultur dan situasi di mana tuturan atau teks dilakukan.

Thompson (1996:117) menyebutkan tiga cara utama tekstual dibangun oleh teks yaitu: pengulangan, kata penghubung dan tematisasi. Pengulangan yang di maksud pengulangan kosakata (*leksikal*) dan tatabahasa (*grammatical*). Pengulangan menurut Thompson termasuk pengulangan kata atau sinonim, dan huruf kemudian makna diulangi untuk menyatakan susunan kata yang serupa atau sama. Fungsi pengulangan bertujuan untuk menunjukkan bahwa komponen dari teks saling berhubungan dengan cara yang sama. Sedangkan fungsi kata penghubung untuk menunjukkan bagaimana mereka berkaitan. Seperti telah disebutkan, penelitian ini memusatkan pada cara yang ketiga dimana makna tekstual dibangun yang berhubungan dengan pengertian tema.

Martin dkk (1997:21) menyatakan sistem tema dimiliki oleh metafungsi tekstual bahasa. Hal ini berkaitan dengan susunan informasi dengan klausa dan penyusunan teks yang lebih besar. Mereka menambahkan sistem penyusunan

tema klausa bertujuan untuk menunjukkan konteks lokal yang berhubungan dengan konteks teks. Hal ini menyiratkan bahwa tema adalah sumber bahasa untuk memulai pembentukan teks. Thompson (1996:118) mengungkapkan bahwa tema berhubungan dengan struktur klausa itu sendiri yaitu susunan unsur yang muncul dalam klausa. Dalam pemilihan titik awal klausa, penutur atau penulis memilih suatu ujaran/penulisan yang akan mempermudah pendengar atau pembaca menerima informasi pada klausa sesuai dengan tuturan/tulisan.

Halliday (1994:37) menjelaskan bahwa penggunaan istilah tema sebagai label untuk suatu item klausa diletakkan pada awal kalimat. Hal ini memiliki status tema karena unsur tersebut bermanfaat sebagai tujuan utama pesan dan klausa terkait. Dia menambahkan bahwa bagian dari tema berkembang, dan sisanya disebut Rema. Oleh Karena Itu, sebagai struktur pesan klausa terdiri dari tema yang diikuti oleh rema.

Gerot dan Wignell juga menekankan bahwa tema dalam Bahasa Inggris dapat dikenali sebagai unsur yang muncul di awal klausa. Maka dalam Bahasa Inggris klausa di awal merupakan tanda untuk dipahami. Fries (1997:232) menjelaskan bahwa tema memberikan kerangka dalam menafsirkan klausa. Tema menentukan penerima untuk dikomunikasikan. Dengan demikian, klausa sebagai pesan disusun ke dalam tema yang dikombinasikan dengan rema (Tema+Rema).

Seperti contoh berikut:

- (1) *Since 1970, the village of Soroako in Sulawesi Selatan has become the centre of a nickel mining facility.*

Contoh klausa tersebut dapat disusun kembali menjadi komponen klausa dengan cara yang berbeda seperti:

(1a) *The village of Soroako in Sulawesi Selatan has become the centre of a nickel mining facility since 1970.*

(1b) *In Sulawesi Selatan, the village of Soroako has become the centre of nickel mining facility since 1970.*

Unsur klausa (1) '*Since 1970*' merupakan kata tambahan (*adjunct*) yang memberikan informasi tentang waktu yang dimulai dari pandangan historis. Klausa (1a) dan (1b) dimulai dengan awal kalimat yang berbeda yaitu untuk memilih tema yang berbeda dalam klausa. Klausa (1a) menunjukkan tema *the village of Soroako* menjadi topik yang utama sementara (1b) klausa *In Sulawesi Selatan* memiliki arti yang terbatas, karena membicarakan Sulawesi Selatan. Dengan demikian, pemilihan tema yang berbeda memberikan arti berbeda pula. Keterangan dua tema *I'll tell you about.....*, pembaca/pendengar dapat merasakan bahwa dua klausa tersebut memiliki makna yang berbeda.

## 2. Klausa sebagai Pertukaran (Clause as an Exchange)

Klausa mempunyai aspek arti lain sebagai pertukaran. Disamping berfungsi sebagai pertukaran, klausa disusun seperti peristiwa interaktif yang menyertakan penutur atau pendengar dan penulis. Maka, klausa bukan hanya sebagai potongan berita.

Halliday (1994:34) menyebutkan bahwa klausa mempunyai maksud/arti sebagai pertukaran, transaksi antara penutur dan pendengar, subjeknya adalah



jaminan keabsahan pertukaran. Pertukaran merupakan bagian dari unsur penutur supaya bertanggung jawab akan kebenaran dari apa yang dikatakan. Berdasarkan pada pernyataan tersebut, subjek dalam struktur klausa berfungsi sebagai pertukaran. Maksudnya adalah ketika menyusun atau memulai percakapan, penutur menciptakan dan menjaga suatu hubungan sosial. Oleh sebab itu, penutur harus memilih jenis *Mood*. Martin dkk. (1997) menekankan bahwa metafungsi interpersonal memiliki sistem *Mood* dan tatabahasa untuk mewujudkan interaksi dalam percakapan.

Contoh klausa berikut mempunyai *Mood* yang berbeda:

Contoh:	Mood	Fungsi
- The policeman helped her cross the street.	Kalimat berita	Memberikan informasi
- Did the policeman help her cross the street?	Kalimat Tanya: yes/ no	Memerlukan informasi
- Who helped her cross the street?	Kalimat Tanya: wh-	Memerlukan informasi
- Help her!	Kalimat perintah	Memerlukan bantuan

(Martin, 1997:58)

Contoh di atas menunjukkan perbedaan *Mood* memberikan fungsi yang berbeda. Dapat dilihat bahwa perbedaannya berada dalam peran penutur. Penutur memberikan informasi untuk menuntut sesuatu. Dalam pengucapan, seorang penutur memilih dan menempatkan peran tuturan secara bersamaan dengan mengalokasikan suatu peran penutur kepada si penutur (Gerot dan Wignell, 1994:22). Jika penutur memberikan informasi, berarti menerima atau mendapat informasi tersebut. Jika seseorang menawarkan beberapa barang-barang (*goods*) (misalnya, *offers us a chocolate*), atau jasa (*services*) (*offers to type up and*

*distribute class lists*), berarti penutur mengajak supaya menerima barang dan jasa tersebut. Begitu juga, jika seorang penutur menuntut informasi, berarti seseorang diminta untuk memberikan informasi. Jika menuntut suatu jasa atau barang (*Give me some water, please!*), berarti diminta untuk memberikan jasa atau menyediakan barang tersebut.

Hal ini sejalan dengan pendapat Halliday (1994:68) bahwa ada dua jenis peran tuturan yang penting, yaitu (a) memberi (*giving*) dan (b) menuntut (*demanding*). Memberi yaitu ‘mengundang untuk menerima’ (*inviting to receive*) dan menuntut yaitu ‘mengundang untuk memberi’ (*inviting to give*). Oleh karena itu, tindak tutur berarti interaksi (pertukaran). Selain itu, Halliday (1994:68) mencirikannya sebagai pertukaran. Dia menyebutkan (a) jasa dan barang (*goods and services*), atau (b) informasi. Jika seseorang menyuruh untuk melakukan sesuatu seperti “*Open the window!*” atau memberikan sesuatu, seperti “*Take me that book!*” merupakan pertukaran non-verbal. Ini berarti apa yang dituntut adalah suatu objek tindakan, dan untuk membantu proses bahasa. Contoh itu disebut pertukaran jasa dan barang. Tetapi jika seseorang bertanya “*Where will you meet your parents?*”, dia memerlukan informasi. Dalam proses interaksi yang terjadi antara penulis dan pembaca atau penutur dan pendengar, klausa mengemban fungsi sebagai sumber leksikogramatika yang digunakan untuk menegosiasikan makna. Dengan demikian, bahasa memiliki arti dan mengharapkan jawaban.

Pada tingkat klausa, dalam menganalisis teks makna interpersonal diungkapkan dengan memilih susunan *Mood* dan *Residu* dalam kerangka konteks hubungan pelibat (*tenor*). *Mood* sebagai sumber adanya peristiwa interaktif dalam



dialog dan merupakan kesatuan antara Subjek dan Finit; Residu adalah unsur-unsur Presikator, Komplemen, dan Keterangan (Halliday, 1994:72). Fungsi tuturan tersebut untuk memberikan informasi dengan menyatakan, memapankan, dan menjaga hubungan sosial di antara para pengguna bahasa. Contoh klausa berikut menunjukkan bagaimana sistem *Mood* terorganisir.

**a. Kalimat Berita**

Mother	sewed		her own dress?
Subjek	Finit	Predikat	Pelengkap
Mood		Residue	

(Gerot dan Wignell, 1994:38)

**b. Kalimat Tanya Yes/No**

Did	mother	sew	her own dress?
Finit	Subjek	Predikat	Pelengkap
Mood		Residue	

(Gerot dan Wignell, 1994:39)

Dari contoh tersebut jelas bahwa contoh (a) penutur memberikan informasi dan contoh (b) penutur memerlukan informasi. Dengan demikian, analisis modus (*Mood*) digunakan untuk menemukan maksud interpersonal teks.

### 3. Klausa sebagai Penyajian/Perwakilan (Clause as Representation)

Halliday menerangkan hubungan arti yang ketiga adalah eksperiensial. Ia merinci sebagai berikut:

*The actor functions in the structure of the clause as a Representation. A clause has meaning as a representation, a construal of some process in ongoing human experience; the actor is the active participant in that process. It is the element the speaker portrays as the one that does the deed.*

(Halliday, 1994:34)

Penjelasan Halliday menyiratkan bahwa bahasa digunakan untuk menerangkan kenyataan. Kenyataan diwakili dalam bahasa dengan memberikan nama. Ketika seseorang berbicara tentang apa itu kata atau makna kalimat, pada umumnya adalah jenis makna dalam perasaan. Penutur mencoba untuk bisa mempertimbangkan dari pengalaman yang terdapat pada dunia pikiran, peristiwa dan situasi yang dilihat, juga kesatuan yang ada didalamnya. Lalu mengetahui bagaimana perasaan diwakili oleh bahasa. Di Sini, seperti yang dikatakan Halliday *The clause plays a central role because it embodies a general principle for modelling experience-namely, the principle that reality is made up of process* (Halliday, 1994:106).

Struktur transitivitas menyatakan perwakilan apa yang disebut dengan proses, sirkumstansi dan partisipan yang dihubungkan dalam klausa serta lexis dan kelompok kata kerja, kelompok kata benda dalam kerangka konteks hubungan Medan (*field*) Melalui analisis transitivitas, klausa mempunyai jenis proses utama dalam bahasa, yaitu proses material (*material process*), proses mental (*mental process*), proses relasional (*relational process*), proses verbal (*verbal process*), proses perilaku (*behavioural process*) dan proses eksistensial (*existential process*). Proses material adalah proses yang menunjukkan perbuatan (*process of doing*), yang menyangkut fisik dan nyata dilakukan oleh pelaku serta dapat

diamati dengan indera, misalnya: membaca, menulis, berenang, menyanyi. Proses mental adalah *process of thinking* yang menyangkut indera, kognisi, emosi, dan persepsi yang terjadi di dalam diri manusia, misalnya: melihat, menyenangkan, menyadari, mendengar. Proses relasional merupakan *process of being*, yaitu proses yang menunjukkan hubungan milik, eksistensi, nilai, atribut, identitas, definisi, dan ekspresi, misalnya: adalah, ialah, mempunyai, menyebabkan, berisi, dan menghasilkan. Proses tingkah laku merupakan aktifitas atau fisiologis yang menyatakan tingkah laku fisik manusia, misalnya: bernafas, pingsan, tidur, tersenyum, menguap. Proses verbal adalah proses yang menunjukkan kegiatan yang menyangkut informasi, misalnya: mengatakan, bertanya, menjelaskan, memberitahukan, berjanji. Proses perilaku adalah proses yang menunjukkan perilaku, baik fisik maupun psikologis. Yang pertama disebut proses perilaku verbal, yaitu proses yang menunjukkan perpaduan antara ucapan pada proses verbal dan tindakan pada proses material, misalnya, memuji, mencela, menertawakan, menggerutu; dan yang kedua disebut proses perilaku mental, yaitu proses yang menunjukkan perpaduan antara ungkapan perasaan pada proses mental dan tindakan pada proses material, misalnya, mengagumi, mencintai. Proses eksistensial menunjukkan keberadaan satu benda dan benda itu memang ada dan terjadi, misalnya: ada, berada, bertahan, muncul, terjadi, bersebar, dan tumbuh. Partisipan dan sirkumstansi meliputi tindakan, kejadian, perasaan, dan waktu, yang mengakibatkan berbagai macam perbedaan yang melibatkan partisipan dan sirkumstansi yang bermacam-macam (waktu, tempat, cara, sebab, dsb).

Misalnya:

Polar bears	eat	fish
Partisipant:	Proses:	Participant
Aktor	Material	Goal

Dari contoh tersebut dapat dipahami, aktor yang melakukan adalah *polar bears* dan proses menyatakan seseorang/sesuatu (*Polar bears*) melakukan sesuatu yang membuat perbedaan arti ketika proses yang dilakukan adalah proses material, seperti contoh berikut:

I	don't like	sports
Partisipan	Proses:	Phenomenon
Senses	Mental	

(Gerot dan Wignell, 1994:58)

*Don't like* dalam klausa ini mempunyai indera yang efektif, yang mempunyai proses mental bukan proses material. Gerot dan Wignell menekankan bahwa

*Mental Process are mental, covert kinds of goings-on. The Participant involved in Mental Process is acting upon in a doing sense, as sensing or having feelings, perceiving or thinking.*

(Gerot dan Wignell, 1994:58)

Dari keterangan klausa yang sudah disebutkan dapat disimpulkan bahwa ada tiga unsur makna yaitu tekstual, interpersonal, dan eksperiensial diwujudkan melalui tatabahasa. Ketika meneliti klausa sebagai pesan, berarti menemukan makna tekstualnya yang kemudian menunjukkan struktur tematisasinya. Ketika tertarik untuk menemukan makna interpersonal dari suatu teks, berarti memperhatikan teks sebagai pertukaran/perwakilan dan menggunakan sistem

mood. Yang terakhir adalah analisis transitivas dilakukan ketika akan menemukan maksud ideasional atau eksperiensial dari teks.

### C. Definisi Tema

Sistem tema merupakan metafungsi tekstual bahasa yang dihubungkan dengan organisasi informasi di dalam klausa individu, yang melalui organisasi teks lebih besar. Dalam Bahasa Inggris, tema ditandai pada posisi klausa. Status tematisasinya diletakkan pada unsur pertama klausa dan diikuti rema.

Halliday (1994) mendefinisikan Tema sebagai tempat pemberangkatan utama dan sisa dari pesan klausa setelah tempat pemberangkatan disebut Rema. Pemberangkatan dari pesan klausa yang terkait unsurnya tidak begitu banyak sebagai gerakan awal klausa. Lebih Lanjut, dia mencirikan tema sebagai *what the message is concerned with; the point of departure for what speaker is going to say* yang berfungsi sebagai titik awal.

Dari sudut pandang yang serupa, Gerot dan Wignell (1994) juga menerangkan Tema yakni menghadirkan tempat pemberangkatan pesan sebelumnya. Sisanya disebut Rema. Informasi baru terdapat di Rema.

Sependapat dengan Gerot dan Wignell, Fries (1998) memberikan definisi tema secara teknik yaitu unsur pertama experiensial dalam klausa (proses, peserta, atau sirkumstan) dan unsur manapun yang mendahuluinya. Definisi fungsional tema adalah tonggak dari pesan, titik awal klausa sebagai pesan, orientasi, unsur yang menetapkan konteks lokal untuk klausa sebagai pesan. Fungsinya

direalisasikan pada posisi pertama. Dalam Bahasa Inggris, Rema adalah kebalikan Tema yang merupakan unsur terakhir dalam klausa.

Sejalan dengan pernyataan tersebut, Butt, Fahey, Feez, Spinks, dan Yallop (2000) mengemukakan bahwa unsur pertama klausa merupakan makna terpenting dan tak terpisahkan. Penulis dan penutur menggunakan klausa pada posisi pertama untuk memberikan isyarat kepada pembaca dan pendengar tentang pesan yang disampaikan. Dalam Bahasa Inggris, posisi pertama klausa tentang makna tekstual merupakan tanda pengembangan teks.

Seperti yang dinyatakan oleh Johnstone (2002:99), ada beberapa cara memberikan label komponen fungsional kalimat, tergantung pada perumusan gagasan tertentu, beberapa ahli gramatikal fungsional menerangkan tentang perbedaan antara informasi '*Given*' dan '*New*', '*Theme*' dan '*Rheme*', 'topik' (*Topics*) dan 'komentar' (*Comments*). Lebih lanjut dia menjelaskan tentang komponen kalimat dari yang lebih dikenal ke yang semakin sedikit dikenal, atau dari 'apa' (*what*) kepada 'tentang apa' (*what about it*). Hal ini mencerminkan perkataan identitas seseorang untuk memproses informasi pertama tentang apa yang dibicarakan dan kemudian diikuti oleh apa yang dikatakan.

Untuk meneliti dan mendiskusikan makna tekstual, memerlukan metalanguage yang riil dan sederhana; yang biasa disebut Tema sebagai unsur pertama dan klausa pada unsur kedua yang disebut Rema.

Dari pendapat tersebut, penulis menyimpulkan bahwa Tema adalah titik awal pesan yang berada pada unsur pertama dalam klausa. Sisanya disebut Rema yang menjadi bagian dari klausa di mana tema dikembangkan. Dengan demikian,



klausa sebagai pesan terorganisir ke dalam tema yang dikombinasikan oleh rema (Theme+Rheme). Penggunaan pola Tema-Rema yang baik, terutama pada teks tulis, merupakan salah satu usaha untuk membangun pengembangan makna teks itu secara keseluruhan.

## 1. Jenis Tema

Gerot dan Wignell (1994) menggolongkan tema ke dalam 3 jenis, yaitu tema Ideasional (Topikal), Interpersonal, dan Tekstual.

### a. Tema Ideasional

Tema ideasional (topikal) dapat dibagi menjadi 2, yaitu tema topikal bermarkah (*Marked Topical Theme*) dan tema topikal tak bermarkah (*Unmarked Topical Theme*). Dalam tema topikal yang tak bermarkah, tema topikalnya adalah subjek, sebaliknya tema topikal yang bermarkah, tema topikalnya bukan subjek yaitu ditentukan dengan mengidentifikasi apakah di depan subjek masih terdapat informasi, misalnya, Keterangan waktu atau tidak. Tema ideasional/topikal dapat dikenali ketika unsur pertama dalam klausa yang menyatakan beberapa macam makna "perwakilan (*representational*)". Ini berarti bahwa unsur klausa sebagai transitivas berfungsi pada posisi pertama klausa yang termasuk tema topikal.

Tema topikal bisa berupa kelompok nominal, kelompok nominal kompleks, keterangan, frase preposisi atau menempelkan klausa. Berikut ini adalah contoh tema ideasional:

1) Tema Takbermarkah (*Unmarked Topical Theme*)

<b>Jack</b>	<b>went up the hill.</b>
Unmarked theme	Rema

2) Tema Bermarkah (*Marked Topical Theme*)

<b>Up the hill</b>	<b>Jack and Jill went</b>
Marked theme	Subjek

**b. Tema Interpersonal**

Fungsi Interpersonal yakni fungsi bahasa dalam pertukaran pengalaman. Fungsi interpersonal mengacu kepada kegiatan atau aktivitas yang dilakukan antara penutur/penulis dengan pendengar/pembaca dalam interaksi, yang disebut Fungsi Komunikasi (*communicative Functions*). Menurut Gerot dan Wignell (1994) makna interpersonal adalah makna yang dibuat melalui hubungan sosial yang direalisasikan dalam pemilihan leksikogrammar melalui sistem *mood*. Sistem *Mood* tersebut meliputi dua bagian yaitu subjek dari bentuk nominal atau yang lain dan finit yang merupakan bagian dari verbal. Bagian makna interpersonal dapat diidentifikasi dari penggunaan berikut.

- 1) **Finit**: dinyatakan dengan pemberian verbal dari tanggapan yang diharapkan.

Contoh:

Have	You	Done your homework?
Interpersonal	Topikal	



Tema	Rema
------	------

- 2) **Unsur wh- (kata tanya):** menunjukkan bahwa seseorang perlu memberikan suatu jawaban.

Contoh:

Where	did you go yesterday?
Interpersonal	
Tema	Rema

- 3) **Vokatif:** menunjukkan nama orang atau bentuk lain atau nama dari seseorang langsung atau dengan kata lain dengan cara memanggil atau melibatkan mitrainteraksi.

Contoh:

John,	We	want to see you.
Vokatif	Topikal	
Tema	Rema	

- 4) **Adjunct (Keterangan):** menyatakan komentar pembicara, penilaian, atau sikap kepada apa yang hendak dibicarakan.

Contoh:

Perhaps	We	Can do it.
Modal	Topikal	
Interpersonal		
Tema		Rema

### c. Tema Tekstual

Tema tekstual yaitu fungsi bahasa dalam merangkai atau mengorganisasikan pengalaman. Fungsi tekstual mencakup struktur Tema dan Rema. Tema adalah titik awal pesan dalam satu klausa sedangkan Rema merupakan bagian klausa setelah Rema. Yang dapat digolongkan sebagai tema adalah kontinuatif (*yes, no, well, oh, dll.*), konjungsi, dan keterangan (*adjunct*). Konjungsi dalam klausa cenderung pada tema tekstual yang disebut tema struktural (*structural theme*). Tema struktural dapat dibagi menjadi parataktik (misalnya; *and, but, either, then, yet, or, dll*) dan hipotaktik (*when, because, since, while, although, if, dll*) dan keterangan konjungtif (*that is, also, in addition, nevertheless, on the other hand, dll*). Penggunaan konjungsi berperan untuk membangun struktur teks yang digunakan untuk merangkaikan hubungan antarkalimat. Menurut Martin dan Rose (2003) mengatakan bahwa ada 4 tipe makna di dalam hubungan konjungtif yaitu: penambahan (*additive*), perbandingan (*comparative*), waktu dan sebab-akibat. Keempat makna tersebut mempunyai distribusi tersendiri di dalam 3 penanda wacana dan unit gramatikal. Misalnya di dalam Bahasa Inggris konjungsi internal dan eksternal mempunyai keempat tipe makna tersebut, tetapi kontinuatif hanya mempunyai 3 dari 4 makna, yaitu: penambahan, perbandingan, dan waktu. Seperti contoh berikut.

- (1) **Kata penghubung struktural:** penggabungan antara dua klausa ke dalam satu klausa kompleks.

Contoh: *I called my parents, **but** they were out.*

- (2) **Relatif:** penggabungan klausa dependent pada klausa yang lain.

Contoh: *He is coming with Judy who is wearing a black miniskirt.*

- (3) **Konjungtif** : menunjukkan bagaimana klausa berhubungan dengan satu sama lain.

Contoh: *In addition, air pollutants irritate the eyes, throat, and lungs.*

- (4) **Kontinuatif** : biasanya disebut wacana bermarkah dari kalimat baru dalam pertukaran.

Contoh: *Well, why don't you go and talk to him?*

#### d. Tema Gabungan (*Multiple Theme*)

Klausa bisa saja memiliki semuanya atau tidak satupun dari ketiga kategori tema yang telah disebutkan. Jika muncul sebelum tema topikal disebut tema tekstual dan/atau unsur interpersonal, yang juga merupakan tema. Artinya dalam klausa ada dua/tiga jenis tema misalnya, tekstual^eksperiensial, Interpersonal^eksperiensial, tekstual^interpersonal atau tekstual^interpersonal^eksperiensial (tanda ^ berarti diikuti oleh). Seperti contoh berikut.

On the other hand	maybe	on a weekday	it would be less crowded
tekstual	interpersonal	eksperiensial (topikal)	
Tema	Rema		

## 2. Klausa Kompleks sebagai Tema

Seperti yang telah disebutkan bahwa unit analisis dalam penelitian ini adalah kalimat atau klausa kompleks. Dalam hipotaktik klausa kompleks, klausa terikat sebelumnya tergantung pada klausa yang mendahuluinya. Klausa terikat (*dependent*) diperlakukan sebagai tema untuk klausa kompleks. Hipotaktik klausa kompleks digunakan untuk mengacu pada hubungan di mana satu klausa merupakan klausa yang terkait ke satu sama lain, seperti contoh berikut.

If the state governments didn't exist	there wouldn't be anyone to look after the schools.
Tema	Rema

Contoh *If the state governments didn't exist* adalah klausa terikat (*dependent clause*) dan *there wouldn't be anyone to look after the schools* adalah klausa dominan. Dengan demikian, tema dalam klausa kompleks adalah *If the state governments didn't exist*, karena telah disebutkan terlebih dahulu.

### 3. Klausa sebagai Subjek

Struktur tema lain yang diteliti adalah cara penutur menggunakan struktur dalam pesan yang berfungsi untuk memunculkan jenis tema awal yang spesifik. Tema tekstual dalam bahasa Inggris atas penutur dapat digolongkan secara bersamaan lebih dari satu sebagai unsur tunggal dan unsur multiple. Halliday menggunakan bentuk '*thematic equative*' karena struktur Tema-Rema dinyatakan dalam bentuk 'tema=rema' dengan '=' dinyatakan oleh predikat. Seperti contoh berikut:

<i>The people who want to play with the cards that have goods trains on</i>	<i>have to sit here.</i>
---	--------------------------

Contoh tersebut merupakan ucapan yang diambil secara spontan. Kelompok subjek kata benda lebih kompleks karena terdiri dari dua klausa dan frase dalam post-modifier. Klausa *that have goods trains on* merupakan sisipan dari frase *with the cards that have goods trains on* yang disisipi dalam klausa *who want to play with the cards that have goods trains on*. Kesemuanya merupakan subjek single dengan kata benda *people* sebagai Kepala (*Head*).

#### **D. Pengembangan Tema**

Pengembangan tema dari suatu teks mengacu pada bagaimana tema klausa diambil, atau pengulangan makna membentuk tema terlebih dahulu atau rema (Paltridge, 2000:140). Berhubungan dengan perkembangan tematisasi, Eggins (1994) mengatakan bahwa metode pengembangan adalah kontribusi yang sangat penting dalam tema yang membuat kohesi dan koherensi dari suatu teks yang berhubungan dengan bagaimana unsur tema berhasil satu sama lain.

Tiap-tiap klausa mempunyai status tema yang menentukan fungsi tema (*Theme*) dan rema (*Rheme*). Pemilihan tema dalam klausa biasanya berhubungan dengan informasi yang dikembangkan dari keseluruhan teks. Fries (1981) di dalam Martin dkk. (1997:22) menyebutkan bahwa rangkaian tema dari teks dikenal sebagai metode pengembangan teks. Dalam sistem Halliday, juga menyebutkan pengembangan tema atau organisasi tema. Hal ini berarti bahwa ada

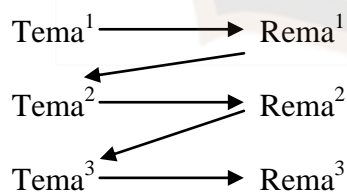
pola interaksi antar klausa di dalam teks. Martin (1992:434) yang dikutip Fries (1981) merinci definisi pengembangan tema sebagai berikut:

*(a) the lexical material placed initially within each sentence of a paragraph (i.e. the themes of each sentence of a paragraph) indicates the point of departure of the message expressed by that sentences and (b) the information contained within the themes of all of the sentences of a paragraph creates the method of development of that paragraph.*

(Martin, 1992:434)

Kutipan tersebut menyatakan bahwa kerjasama penutur/penulis perlu adanya pilihan supaya pendengar/pembaca lebih mudah untuk mencantumkan tema di awal klausa. Ini juga menyiratkan bahwa ada pola interaksi antarklausa di dalam teks. McCarthy (1991:55) menyebutkan bahwa ada hubungan antara struktur tematik dalam klausa dan konstruksi teks. Ia menekankan ketika melihat tema dan rema dalam teks secara bersamaan ada pola tertentu yang muncul. Ia mengusulkan ada tiga perbedaan pilihan tekstual dalam pengembangan tema yang terjadi dalam teks. Pilihan tersebut sebagai berikut:

**a) Pola Zig zag**



Di pola (a) rema pada klausa sebelumnya berisi suatu unsur menjadi tema dari klausa berikutnya.

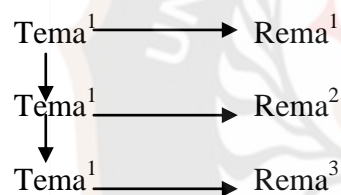
Teks berikut merupakan pengembangan tema dari pola (a).



- (1) *Hydroelectric power is electric power produced by using the energy of falling water.*
- (2) *Falling water is one of the three principal sources of energy which are for the commercial production of electric energy.*
- (3) *The other two are the heat energy of fossil fuels, principally coal, gas, and oil, and atomic energy.*

(The Encyclopaedia Americana vol. 14.7, 1977. pp. 646-647 in English University Teaching 1997, p.129).

**b) Pola Re-Iteration/ Tema Tetap (*constant*)**



Di pola (b) tema yang menyangkut klausa sebelumnya sama halnya tema menyangkut klausa yang berikutnya.

Hal ini dapat dilihat pada pilihan (b) dalam teks berikut.

- (1) Mrs Scott Hempstead works part time as a school crossing guard.
- (2) Her job is to stop cars, trucks, and buses to let school children cross the street safely.
- (3) She wears a police uniform and has a STOP sign and a whistle.
- (4) She blows the whistle to stop traffic and holds up her STOP sign.
- (5) Mrs. Hempstead likes her job.

(6) She enjoys helping children.

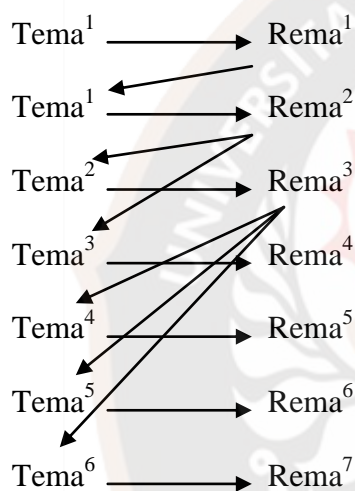
(7) She wants to protect them from danger.

(8) She also wants to serve her community.

(9) Mrs. Hempstead is a housewife, but she also is public servant.

(Diambil dari Cury's Day by Day, 1993:3).

**c) Pola Tema gabungan (*Multiple*)**



Pola yang ketiga adalah pola yang hirarkis, dalam pola ini tema klausa memperkenalkan sejumlah potongan informasi yang berbeda, kemudian masing-masing diambil dan dibuat klausa yang berikutnya.

Pola (c) dapat dilihat di teks sebagai berikut:

(1) *There are many things people remember about the sixties*

(2) *Some people remember it for mini-skirts, the Beatles, hippies, and the flower children.*

(3) *It was a time when young people owned the world and thought that anything was possible.*

(Richards' Interchange I, 1991:7)

Seperti yang telah dinyatakan sebelumnya bahwa ada hubungan antara struktur tema dalam klausa dan konstruksi teks. Tema mengorientasi pembaca kepada pesan yang ada pada sisa klausa, sedangkan rema menandai adanya informasi yang patut dijadikan berita ke pembaca. Lagipula, tema menghubungkan pesan sekarang ke pesan yang mendahuluinya yang merupakan informasi lama (*old information*) sementara rema memberikan informasi baru (*new information*) ke pembaca. Dengan demikian ada suatu interaksi antara informasi yang lama ke baru (tema+rema).

Seperti contoh berikut:

*Once upon a time, there was an old lady.*

*She was very poor, but she was happy.*

*She had a handsome son called Ande-Ande Lumut.*

*He was a fine young man.*

*Many girls liked him.*

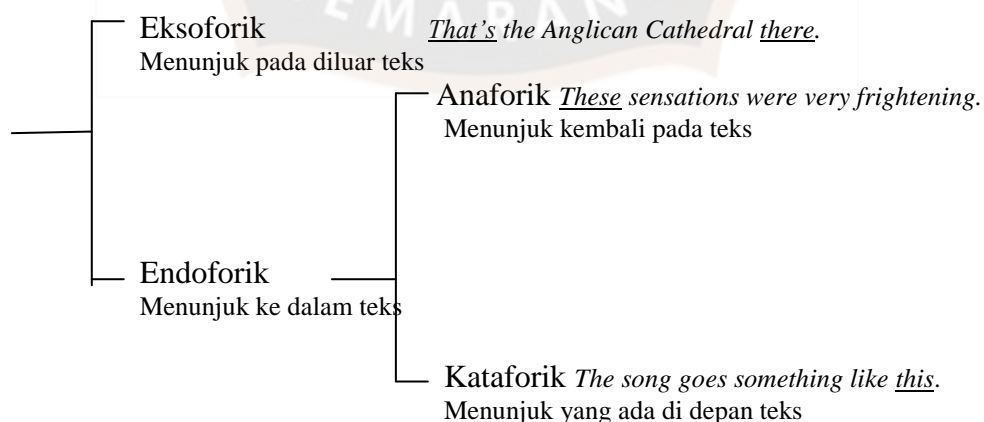
Contoh tersebut menunjukkan bahwa rema memberikan informasi baru (*new information*) ('*an old lady*') menjadi informasi lama (*old information*) dalam klausa B ('*she*'). Hal ini berarti bahwa organisasi tekstual mempengaruhi struktur informasi teks.

## E. Kohesi

Kohesi dan koherensi digunakan untuk membahas teks. Meskipun begitu kohesi dan koherensi memiliki perbedaan yang penting. Kohesi menunjuk pada

linguistik dengan menggunakan koheren teks eksperiensial dan interpersonal yang menunjukkan teks dengan fungsi kohesi. Sedangkan koherensi merupakan apa yang ada dipikiran penulis dan pembaca. Hal ini tidak dapat diidentifikasi atau diukur dengan cara yang sama seperti kohesi. Kedua unsur tersebut saling berhubungan dalam teks yang berfungsi sebagai kohesi yang efektif yang biasa dikenali sebagai koheren. Bagaimanapun juga, jika memiliki alasan agar menjadi koheren, pengguna bahasa biasanya dipengaruhi agar membangun unsur koheren bahasa dengan mengenal unsur tanda kohesi. Meskipun demikian kohesi adalah unsur bahasa yang sangat penting dalam mengungkapkan makna kohesi.

Salah satu unsur kohesi dijabarkan sebagai pengulangan (*repetition*) yang tidak hanya terdiri dari kata tetapi juga termasuk pengulangan leksikal. Pengulangan grammatikal dibagi menjadi 2 yaitu referen dan ellipsis (Thompson 1996:148). Referen adalah unsur grammatikal yang memberikan penutur ditandai oleh suatu pengulangan dari teks lain (sesuatu yang telah dibicarakan sebelumnya) atau belum muncul dalam teks (sesuatu yang baru dalam teks).



(Thompson, 1994:152)

## 1. Referen

Salah satu unsur kohesi dijabarkan sebagai pengulangan (*repetition*) yang tidak hanya terdiri dari kata tetapi juga termasuk pengulangan leksikal. Pengulangan grammatikal dibagi menjadi 2 yaitu referen dan ellipsis. Referen adalah unsur grammatikal yang ditandai oleh suatu pengulangan dari teks lain (sesuatu yang telah dibicarakan sebelumnya) atau belum muncul dalam teks (sesuatu yang baru dalam teks). Unsur kohesi mengacu pada penulis/penutur memperkenalkan partisipan dan muncul sekali dalam teks. Partisipan yang dimaksud adalah kata ganti orang, tempat, dan benda yang terdapat dalam teks. Seperti contoh klausa yang digarisbawahi berikut.

- a) *They came again into their bedroom. A large bed had been left in it.*

Pada contoh (a) '*it*' menunjuk pada kata sebelumnya *their bedroom* sedangkan '*a*' dalam '*a large bed*' merupakan sesuatu yang sejauh ini tidak disebutkan.

- b) *I had a daughter who needed a blood transfusion when she was 2 days old cause she was getting premature jaundice and things.*

Meskipun partisipan disebutkan dalam teks, penulis/penutur memberikan tanda kepada pembaca/pendengar apakah partisipan sudah diketahui atau belum. Eggins (1994:95) partisipan dibagi menjadi 2 yaitu

partisipan dalam teks diperkenalkan ‘*presented*’ yaitu sebagai sesuatu yang ‘baru’ dan diperkirakan ‘*presumed*’ yaitu sesuatu yang ditandai supaya mengetahui identitas dari teks. *Presenting reference* tidak mengharapkan sesuatu sebagai partisipan, sedangkan *presuming reference* merupakan sesuatu diperkirakan bahwa pembaca tahu atau muncul. Berbeda dengan contoh berikut:

c) *I had a daughter*

d) *She was getting premature jaundice*

*Presenting reference* pada contoh (c) menunjukkan bahwa pembaca tidak mengharapkan mengetahui partisipan *daughter* yang sedang diperkenalkan, sedangkan pada contoh (d) merupakan *presuming reference* yang diperkirakan bahwa pembaca sudah mengetahuinya bahwa *she* menunjuk pada siapa. Unsur *presuming reference* yang paling umum adalah sebagai berikut.

1) The definite article : the

contoh : *I had to deliver it to the clinic*

2) Kata ganti penunjuk (*demonstrative pronouns*) : that, these, those

contoh : *This was in Geneva.*

3) Kata ganti orang (*pronouns*) : he, she, it, they, etc

contoh : *Here they give you tea and bikkies.*

Ketika penulis/penutur menggunakan unsur *presuming reference*, pembaca/pendengar untuk mengidentifikasi unsur untuk melihat keseluruhan



teks. Misalnya, jika penulis menggunakan kata ganti *she*, pembaca harus mampu melihat kembali *she* menunjuk pada siapa. Jika *presuming referen* tidak menunjuk pada sesuatu yaitu pembaca tidak bisa menunjukkan siapakah *she* atau ada beberapa kemungkinan yang lain dan akan menyebabkan masalah dalam berinteraksi. Misalnya adanya kebingungan dalam kata ganti *she* berikut.

e) *I had my daughter in the hospital there, and my sister was with me and my mother was due in town next day. She was not prepared for what happened next.*

Penggunaan *she* pada kluasa tersebut tidak ditunjukkan apakah *she* tersebut menunjuk pada *my daughter*, *my sister* atau *my mother*. Hal ini dapat membingungkan pembaca.

Referen endoforik berhubungan untuk mengidentifikasi unsur referen dari keseluruhan text. Referen endoforik menciptakan kohesi internal dalam teks, sedangkan referen homoforik dan eksoforik berperan pada koheren teks (situasi). Halliday (1994: 312) menambahkan eksoforik yang asli adalah kata ganti orang pertama dan kedua ( *'I'*, *'me'*, *'you'* dsb) yang memiliki penggunaan seperti *'I'* yang berarti bahwa seseorang yang sedang berbicara tentang dunia nyata daripada seseorang yang menunjuk pada teks. Penggunaan kata ganti lain dari kedua jenis tersebut dapat berfungsi secara bersamaan. Misalnya jika 2 orang berbicara tentang seseorang yang sedang mereka lihat, *'he'* dapat menunjuk pada laki-laki yang ada didepan (*outwards*)/ belakang (*backwards*) dari *'him'* yang telah disebutkan pada percakapan mereka

sebelumnya. Referen endoforik terbagi menjadi 3 anaforik, kataforik, dan referen perbandingan. (*comparative reference*).

#### a. Anaforik

Anaforik adalah referen yang nampak di titik awal teks. Pada umumnya anaforik mengacu pada partisipan yang disebutkan dekat dengan klausa (satu atau dua klausa atau kalimat sebelumnya), namun biasanya menunjuk pada bentuk yang telah disebutkan beberapa halaman/menit atau bahkan beberapa jam sebelumnya. seperti pada contoh berikut.

*h) ... Cause she was getting sort of premature jaundice.*

Kata ganti *she* menunjuk pada partisipan *the daughter*, yang ditunjukkan pada klausa sebelumnya.

#### b. Kataforik

Kataforik merupakan referen yang belum muncul, tapi akan muncul sesudahnya. Tanda ini memiliki unsur referen yang tidak spesifik setelah ada penjelasan lebih lanjut pada teks tersebut. Artikel penunjuk yang digunakan seperti '*this*', '*that*', '*these*', '*those*'. Catatan yang lain seperti '*here*' dan '*there*', '*now*' dan '*then*' juga termasuk pada kelompok ini. Misalnya pada contoh berikut.

(1) *The sun was shining on the sea.*

(2) *This is the house that Jack built.*

Dalam contoh (1) pembaca dapat mengetahui '*sun*' dan '*sea*' yang ditunjuk meskipun pembaca tidak berada di pantai karena hanya ada 1

matahari dan laut. Kemungkinan ada pantai lain yang berbeda di bumi ini atau bahkan ada matahari lain. tapi hal ini tidak relevan. Contoh (b) pembaca mengetahui 'house' mana yang ditunjuk, karena sudah dibicarakan yaitu rumah yang dibangun oleh Jack.

### c. Referen perbandingan (*comparative reference*)

Jenis referen endoforik yang bisa sebagai referen anaforik, kataforik atau esforik berikutnya adalah referen perbandingan (*comparative reference*). Unsur tersebut dapat dilihat kembali bukan karena sudah disebutkan atau akan disebutkan dalam teks melainkan unsur yang dibandingkan telah disebutkan. Referen perbandingan merupakan unsur referen yang memiliki tanda '*you know which*'. Ungkapan yang biasa digunakan seperti *the same, another, similar, different, as big, bigger, less big* dan yang berhubungan dengan kata keterangan (*adverbs*) seperti *likewise, differently, equally*. Seperti pada jenis referen yang lain, referen perbandingan dapat dilihat diluar teks daripada di teks itu sendiri. Bagaimanapun juga, hal ini memiliki peran kohesi yang terdapat dalam teks sebelumnya yang menyebutkan adanya konsep atau kesatuan yang dibandingkan dengan yang lain.

- (1) *Do you want some more wrapping paper? (= I can see that you already have some paper.)*
- (2) *There are many other stories about her staunch individuality.*

## 2. Penghilangan Kata (*Ellipsis*)

Perbedaan eksoforik atau endoforik yang telah dibahas berhubungan dengan referen dapat juga digunakan meskipun dengan cara yang berbeda yaitu menggunakan elipsis. Unsur elipsis tema atau rema dapat dipahami dari situasi yaitu yang terdapat di luar teks atau dari pesan sebelumnya.

Elipsis adalah unsur satuan yang menggunakan pengulangan penuh dari klausa dan dapat ditandai oleh pembaca dengan cara mengulangi kata dari klausa sebelumnya (atau dari pengetahuan pembaca). Klausa atau bagian dari klausa biasanya termasuk dalam unsur leksikal dari kelompok kata kerja dan kata benda. Dengan kata lain kata-kata yang hilang harus secara gramatikal dan dapat disisipi. Penggantian dan elipsis sangat terbatas pada klausa sebelumnya. Jika menunjuk pada hal yang sama, digunakan referen dan jika menunjuk pada sesuatu yang berbeda, digunakan elipsis-substitution. Misalnya seperti percakapan berikut.

A: *Where's your hat?*

B: *I can't find it.*

A: *Take this (one).*

Dari percakapan tersebut dapat dijelaskan bahwa masing-masing memiliki arti yang lain tetapi hanya dibuat secara eksplisit. *Another hat* merupakan referen tetapi berbeda, *the same one* merupakan pergantian tetapi tidak berbeda.

### 3. Konjungsi

Pola kohesif dari konjungsi atau hubungan konjungtif menunjukkan bagaimana penulis membuat dan mengekspresikan hubungan logika antar teks. Brosur hotel banyak menggunakan konjungsi struktural, hubungan kausal yang dinyatakan dalam struktur klausa atau klausa hipotaktik. Konjungsi dalam klausa cenderung pada tema tekstual yang disebut tema struktural (*structural theme*). Tema struktural dapat dibagi menjadi paratactic (*and, but, either, then, yet, or, dll*), hipotaktik (*when, because, since, while, although, if, dll*) dan keterangan konjungtif (*that is, also, in addition, nevertheless, on the other hand, dll*). Penggunaan konjungsi berperan untuk membangun struktur teks.

Jenis kohesi dikenal sebagai konjungsi. Pengembangan dari makna ini dibagi menjadi 3 yaitu pengembangan (*elaboration*), perluasan (*extension*), dan peningkatan (*enhancement*) yang ditunjukkan dalam keterangan konjungtif yaitu adverbial dan frase preposisi juga oleh sekelompok konjungsi seperti *and, or, nor, but, yet, so, then* (konjungsi wajib) dalam posisi tema di awal klausa (Halliday, 1994:324).

#### a. Pengembangan (*Elaboration*)

Terdapat dua kategori yang berhubungan dengan pengembangan yaitu;

##### 1) *Apposition*

Jenis unsur pengembangan ini dibagi menjadi 2 yaitu perwakilan dan pengulangan oleh eksposisi (*exposition*) (*i.e.*) dan contoh (*example*) (*e.g.*). Jenis kedua ungkapan konjungtif seperti pada contoh berikut ini.

- a) *expository: in other words, that is (to say), I mean (to say), to put it another way*
- b) *exemplifying : for example, for instance, thus, to illustrate*

## 2) *Clarification*

Unsur pengembangan ini tidak hanya mengulangi melainkan melihat kembali, meringkas yang bertujuan untuk memberikan penjelasan dalam teks.

- a) *corrective : or rather, at least, to be more precise*
- b) *distractive: by the way, incidentally*
- c) *dismissive: in any case, anyway, leaving that aside*
- d) *particularizing: in particular, more especially*
- e) *resumptive: as I was saying, to resume, to get back to the point*
- f) *summative: in short, to sum up, in conclusion, briefly*
- g) *verification: actually, as a matter of fact, in fact*

### b. *Perluasan (Extension)*

Yang termasuk perluasan (*extension*) adalah penambahan (*addition*) atau variasi (*variation*). Penambahan meliputi positif (*and*), negatif (*nor*) dan adversatif (*but*). Adversatif yang menggunakan *but* memiliki hubungan yang sangat penting dalam wacana. Sedangkan jenis variasi termasuk replasif (*instead*), substratif (*except*), dan alternatif (*or*).

- 1) Penambahan (*addition*)
  - a) *positive: and, also, moreover, in addition*
  - b) *negative: nor*
- 2) Adversatif (*adversative*): *but, yet, on the other hand, however*
- 3) Variasi (*variation*)
  - a) *replasive: on the contrary, instead*



- b) subtractive: *apart from that, except for that*
- c) alternative: *alternatively*

### c. Peningkatan (*Enhancement*)

Berbagai jenis peningkatan (*enhancement*) yang menghasilkan kohesi adalah sebagai berikut.

#### 1) *spatio-temporal*

##### a) sederhana (*simple*)

- (1) *following*: *then, next, afterwards*, (termasuk korelatif *first.....then*)
- (2) *simultaneous*: *just then, at the same time*
- (3) *preceding*: *before that, hitherto, previously*
- (4) *conclusive*: *in the end, finally*

##### b) kompleks (*complex*)

- (5) *immediate*: *at once, thereupon, straightaway*
- (6) *penyelaan (interrupted)*: *soon, after a while*
- (7) *pengulangan (repetitive)*: *next time, on another occasion*
- (8) *spesifik (specific)*: *next day, an hour later, that morning*
- (9) *waktu (durative)*: *meanwhile, all the time*
- (10) *terminal*: *until then, up to that point*
- (11) *punctiliar*: *at this moment*

##### c) *simple internal*

- (12) *following*: *next, secondly* (termasuk *first.....next*)
- (13) *simultaneous*: *at this point, here, now*
- (14) *preceding*: *hitherto, up to now*
- (15) *conclusive*: *lastly, last of all, finally*

2) cara (*manner*). Konjungsi cara menciptakan kohesi sebagai berikut;

a) Perbandingan (*comparison*)

(1) positif: *likewise, similarly*

(2) negatif: *in a different way*

b) *means: thus, thereby, by such means*

Bagaimanapun juga ungkapan *means* tidak harus sebagai konjungtif melainkan juga sebagai komparatif, misalnya, *in the same manner, otherwise*.

3) *causal-conditional*.

a) *general: so, then, therefore, consequently, hence, because of that, for*

b) *specific*

(1) *result: in consequence, as a result*

(2) *reason: on account of this, for that reason*

(3) *purpose: for that purpose, with this in view*

Pengandaian dibagi menjadi:

(a) *positif: then, in that case, in that event, under the circumstances*

(b) *negative: otherwise, if not*

(c) *concessive: yet, still, though, despite this, however, even so, all the same, nevertheless*

4) *matter*

Ungkapan yang biasa di pakai dalam *matter* meliputi.

a) positif: *here, there, as to that, in that respect*

b) negatif: *in other respects, elsewhere*

Dari keterangan tersebut sangat jelas bahwa sejumlah kategori konjungsi yang telah disebutkan itu saling berhubungan satu dengan yang lainnya dan sangat bermanfaat untuk menginterpretasikan teks.

#### 4. Kohesi Leksikal

Kohesi yang berhubungan dengan leksikal menunjuk pada penulis/penutur yang menggunakan unsur leksikal seperti kata benda, kata kerja, adjektif, dan adverb juga peristiwa yang berurutan (rantai klausa/kalimat) yang berhubungan dengan teks secara konsisten. Analisis hubungan leksikal berasal dari pengamatan yang berhubungan dengan kata. Misalnya *mouse* dalam teks, pembaca tidak akan terkejut jika dihubungkan dengan *cheese*, *white*, *squeak*, *tail*, atau *rodent* dalam teks. Menurut Eggins (1994:101) menjelaskan bahwa analisis dalam hubungan leksikal merupakan gambaran sistematis bagaimana kata-kata dalam teks saling berhubungan. Seperti dalam teks/non-teks yang dibahas tentang *mouse* bahwa hubungan leksikal merupakan dimensi yang penting dalam menciptakan kohesi teks.

Kohesi leksikal memiliki beberapa unsur antara klasifikasi (*clasification*) dan meronimi (*meronymy*) yang dapat dikenali antarkata.

- a) **Klasifikasi (*clasification*)**. Klasifikasi tersebut berhubungan dengan bentuk superordinat dan hiponim. Klasifikasi merupakan hubungan antara *x* dan *y*. Hubungan klasifikasi tersebut meliputi:

- 1) Co-hiponimi (*co-hyponymy*): dua atau lebih unsur leksikal yang digunakan dalam teks dari kedua superordinat.

Mis: carrot - vegetable

- 2) Class/sub-class: dua atau lebih unsur leksikal yang digunakan dalam teks yang dihubungkan dengan sub-klasifikasi.
- 3) Perbedaan (*contrast*): dua atau lebih unsur leksikal dengan menunjukkan hubungan yang berbeda.
- 4) Persamaan (*similarity*): dua atau lebih unsur leksikal yang memberikan arti yang sama.
  - (a) Sinonim: dua kata yang dinyatakan kembali satu sama lain
  - (b) Pengulangan (*repetition*): unsur leksikal yang diulangi.
- b) **Komposisi** (*composition*) merupakan hubungan leksikal sebagian/keseluruhan antar unsur leksikal yang meronimi atau co-meronymy. Kedua kemungkinan unsur leksikal tersebut adalah sebagai berikut::
  - 1) meronimi (*meronymy*): dua unsur leksikal yang berhubungan dari keseluruhan ke beberapa bagian (atau sebaliknya)
  - 2) co-meronimi (*co-meronymy*): dua unsur leksikal berhubungan dengan keduanya yang menjadi komponen yang utuh.

## F. Brosur

Brosur adalah salah satu iklan cetak yang merupakan bagian dari komunikasi pemasaran yang digambarkan oleh Middleton (1994:191) sebagai: ‘manapun format hasil cetakan membayar ke luar dari anggaran pemasaran, dirancang untuk menciptakan kesadaran antar ada dan pelanggan calon dan

merangsang permintaan untuk produk [yang] ditetapkan, atau memudahkan pembelian, penggunaan dan umum dikenal’.

Definisi ini tidak hanya dalam penggunaan cetakan promosi umum yang dikenal, seperti guide, brosur hotel, tetapi juga 'pemberian kemudahan' kata yang bermanfaat. Brosur memberikan daya tarik pengunjung, untuk menginformasikan dan mengarahkan pengunjung kepada keinginan merupakan ilustrasi cetakan yang dirancang untuk memudahkan kenikmatan dan fasilitas.

Swann (1988:124), menyatakan bahwa pada hakekatnya brosur adalah suatu buklet atau phamplet yang menguraikan suatu produk atau jasa layanan dan membantu dalam penjualan. Hal ini perlu dalam menyampaikan karakter dan mutu menyangkut pelayanan atau produk yang diuraikan. Gagasan ini disetujui oleh Briggs yang menyatakan (1997:96-97) "..... by describing them in print, brochures become the only ‘evidence’ of the product, so it is important that the feel and quality of experience are conveyed by the brochure.”

Tentang bahasa brosur, Selwyn (1993:137) mengatakan bahwa “Bahasa brosur yang disusun telah dibentuk bersifat perseorangan dan perwakilan di sini membawa seseorang dengan kesenangan, khayalan, perasaan, dan sebagainya- untuk suatu posisi dalam lambang yang digunakan oleh penulis brosur.”

Ada gaya bahasa khusus yang harus digunakan di dalam menulis suatu brosur, seperti yang Palmer katakan (1983:64):".... Sebagian dari gaya secara individu (yang biasa disebut keistimewaan). Crystal & Dany (1969:71-76) mengusulkan tiga ciri utama yaitu PROVINCE, STATUS, dan MODALITAS.

Tentang bahasa brosur, Jefkins (Jefkins dalam Munandar (1997:227-228)) menyatakan bahwa tulisan iklan merupakan ketrampilan tulisan yang spesifik dan mempunyai teknik dan gaya yang berbeda dari lainnya yang menulis tentang teknik dan gaya buku, puisi, artikel, cerita pendek, atau laporan olahraga. Penulisan untuk pesan iklan dan penulisan untuk hubungan masyarakat juga berbeda, bahkan penulisan untuk iklan surat kabar. Meskipun demikian masing-masing memerlukan suatu perlakuan khusus, mereka memiliki tujuan sama yaitu menjual.

Ada beberapa teknik bahasa yang digunakan dalam iklan seperti brosur. Karena teknik ini Dann (1996:171) mengungkapkan bahwa dalam menyatakan pesan melalui iklan dalam brosur, bahasa brosur menggunakan beberapa teknik yang mencakup teknik lisan, teknik visual, dan kombinasi keduanya teknik lisan dan visual. Menurut Dann, teknik memasukkan perbandingan, penyesuaian dan kata kunci, kesaksian, humor, bahasa dan ego-targeting.

Jefkins juga menguraikan bahwa ada 5 karakter dasar dalam tulisan, tiga diantaranya sebagai berikut (Munandar, 1997:228):

- a. Seseorang tidak mungkin tertarik untuk membaca iklan manapun dan alasannya mengapa iklan perlu menggunakan kata-kata dengan baik dan menyampaikan pesan dengan segera;
- b. Ketika pembaca tidak terbiasa dengan kata-kata yang digunakan dalam iklan, mereka akan kehilangan perhatian untuk membaca, karena tiap-tiap kata-kata yang digunakan harus dengan mudah dipahami dan tidak ada kemungkinan yang mempengaruhi keraguan dalam pikiran pembaca;



- c. Kata-Kata yang singkat, kalimat pendek dan paragraph yang tidak terlalu panjang akan membantu dalam menyampaikan pesan dari suatu iklan dan secara langsung membuat pembaca mudah memahami maksud.



### BAB III

#### CARA PENELITIAN

Dalam menangani masalah Tema+Rema, pengembangan tematisasi, dan kohesi maka penelitian ini menggunakan 3 tahapan strategis, yaitu tahap penyediaan data, tahap analisis data, dan tahap penyajian hasil analisis data (Sudaryanto, 1993) yang masing-masing tahap akan dijelaskan sebagai berikut.

#### A. Penyediaan Data

Data penelitian ini adalah brosur hotel berbintang 4 dan 5 di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Brosur tersebut menggunakan bahasa Inggris. Penulis memilih brosur perhotelan dalam bahasa Inggris karena untuk memperdalam bahasa yang pernah diambil sebelumnya dan brosur tersebut bertaraf internasional. Data yang diambil sebanyak 12 sampel yang penulis anggap sudah mewakili dari seluruh kota besar yang berada di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Penulis menggunakan teknik agih yang mengambil dari sumber aslinya dan mengetik ulang kluasa tersebut untuk memudahkan proses analisis.

Adapun brosur yang akan di analisis dapat di lihat dalam tabel berikut.

No.	Brosur	
	Hotel	Kota
1.	Hotel Graha Santika	Semarang
2.	Hotel Patra Jasa	Semarang
3.	Hotel Grand Candi	Semarang
4.	Hotel Santika Jogja	D.I. Yogyakarta
5.	Mercure Grand Hotel Phoenix Yogyakarta	D.I. Yogyakarta
6.	Hotel Jogjakarta Plaza	D.I. Yogyakarta
7.	Hotel Hyatt Regency	D.I. Yogyakarta

8.	Hotel Quality	Solo
9.	Hotel Novotel	Solo
10.	Hotel Sahid Raya	Solo
11.	Hotel Puri Asri	Magelang
12.	Hotel Losari Coffee Plantation	Magelang

## B. Analisis Data

Data dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif. Eggins (1994) menyatakan ketika menganalisis tema+rema klausa yang diidentifikasi adalah tema tekstual, interpersonal dan topikal. Yang dimaksud dengan tema adalah pesan pertama yang disampaikan sebagai unsur pembicara untuk menegaskan apa yang dikatakan, sedangkan Rema merupakan kebalikan Tema yang merupakan unsur terakhir dalam klausa.

Setelah meninjau ulang perwujudan sistem Tema, kemudian organisasi tematisasi. Pengembangan tematisasi membuat adanya kohesi pada teks. Pola yang digunakan adalah pola menurut Eggins (1994) yaitu terdiri dari Pola tema Re-iteration/konstan, pola zig-zag dan pola gabungan. Setelah pengembangan temanya diteliti maka selanjutnya adalah mencari kekohesian dari teks yang terdapat pada Halliday dan Hasan.

## C. Penyajian Hasil Analisis Data

Ada 3 tahapan data yang dianalisis yaitu struktur Tema+Rema, analisis Tema, dan pengembangan tema. Salinan teks brosur hotel berbintang di Jawa Tengah dan Yogyakarta terdapat di Lampiran 1, sedangkan analisis tema tekstual di Lampiran 2. Analisis dari setiap teks terdiri dari 2 komponen, yakni analisis

tema+rema dan pengembangan temanya terdapat pada Lampiran 3. Menurut Matthiessen (1995), data di analisis ke dalam langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan struktur tema dan rema pada klausa. Tema klausa adalah unsur yang bertindak sebagai tempat pemberangkatan pada pesan, yang terkait dalam klausa (Halliday, 1994:3), sisa dari pesan klausa disebut Rema yang berfungsi mengembangkan tema. Struktur direalisir oleh Theme+Rheme. Misalnya;

Klausa	Tema	Rema
1.	Welcome	to Semarang!
2.	Perfectly situated in the heart of the city,	Hotel Graha Santika is where you want to be for business and relaxation.
3.	It	is the concept of being taken care of.

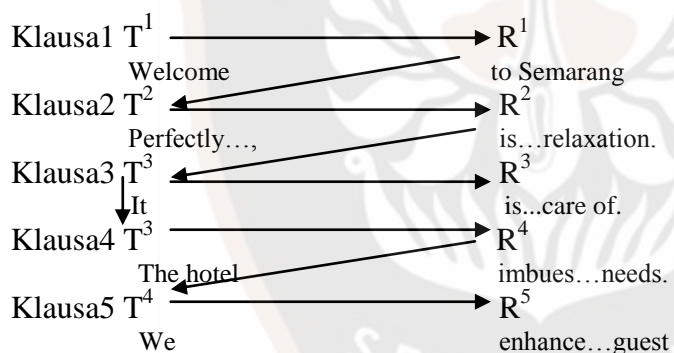
2. Menyajikan analisis tema dari setiap brosur teks perhotelan dengan mengkategorikan jenis tema brosur lalu dihitung menggunakan presentase analisis kemunculan setiap jenis klausa. Setiap klausa yang teridentifikasi ditentukan dalam tema tekstual, interpersonal dan topikal. Seperti pada contoh berikut ini;

Klausa	Tema				Rema
	Tekstual	Interpersonal	Topikal		
			Marked	Unmarked	
1				Welcome	to Semarang!
2			Perfectly situated in the heart of the city,		Hotel Graha Santika is where you want to be for business and relaxation.

3				It	is the concept of being taken care of.
4	dst				

### 3. Analisis selanjutnya tentang pengembangan tema dari brosur hotel.

Pengembangan tema bertujuan untuk mengetahui bagaimana teks memberikan informasi. Dalam penelitian ini digunakan teori Eggins (1994). Dalam analisis, mendeskripsikan pengembangan tema, kemudian menggambar pola pengembangan tema. Setelah itu mengamati kecenderungan brosur yang menggunakan pola pengembangan tema dari setiap teks. Setiap klausa yang telah teridentifikasi ditentukan apakah teks itu termasuk pola re-iteration/konstan, zig-zag dan multiple.



### 4. Setelah pengembangan tema penulis melihat organisasi dari teks brosur yang bertujuan untuk menentukan kohesi. Dalam menganalisis, penulis mencari koherensi dari setiap teks dengan menggunakan unsur-unsur kohesi dengan membandingkan pengenalan kata. Unsur kohesi tersebut meliputi referen, elipsis atau penghilangan, konjungsi dan kohesi leksikal.

## BAB IV

### JENIS TEMA

Pada Bab ini dipaparkan berbagai temuan penelitian yang berupa analisis tema yang terdapat dalam brosur hotel berbintang 4 dan 5 di Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta. Dari 12 sampel yang menjadi data penelitian ini, ditemukan adanya jenis tema yang mencakupi tema topikal tak bermarkah (*Unmarked Topical Theme*) dan tema topikal bermarkah (*Marked Topical Theme*), tema tekstual (*Textual Theme*), dan tema interpersonal (*Interpersonal Theme*). Selain itu ditemukan jenis tema gabungan yang mengandung tema tekstual dan/atau interpersonal dan/atau topikal. Variasi tersebut berhubungan dengan variasi mode teks. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1 bahwa brosur hotel lebih banyak menggunakan kata benda, yaitu pada tema topikal.

**Tabel 1: Jenis Tema**

Teks	Jumlah Klausa	Tema			
		Tekstual	Interpersonal	Topikal	
				Bermarkah	Takbermarkah
1	28	3		4	21
2	36	11	2	6	17
3	13	2		-	11
4	26	2		6	18
5	21	2	1	4	14
6	20	3	2	2	13
7	49	11		9	29
8	20	1		4	15
9	19	2		3	14
10	18	-		8	10
11	17	3		2	12
12	39	6		3	30
	<b>306</b>	<b>46</b>	<b>5</b>	<b>51</b>	<b>204</b>
<b>%</b>	<b>100%</b>	<b>15.03%</b>	<b>1.63%</b>	<b>16.67%</b>	<b>66.67%</b>



Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan sebagai berikut.

Jenis tema yang paling banyak ditemukan adalah tema topikal atau ideasional karena hampir selalu muncul di klausa. Tema topikal berfungsi untuk melihat brosur yang dibicarakan. Tema topikal banyak ditemukan dalam *common noun* misalnya *the hotel, all rooms, the cuisine, proper noun* misal *Hotel Santika, Srikaton Restaurant, Plantation Villas, Arum Villas*, dan kata ganti (*pronoun*) yaitu *'it', 'we', 'they', 'you'*. *'You'* disebutkan diawal klausa sebagai tema. *'You'* dalam brosur ditujukan kepada pembaca. Meskipun kata ganti tersebut digunakan untuk menggantikan kata ganti orang atau kata ganti benda yang ditunjuk, tema topikal cenderung menggunakan kelompok kata benda yang spesifik misal, *our professional staff, our convention and meeting rooms, our spacious lobby* atau sirkumstansi yang sederhana misal *In term of size and population, For a private meeting of about 20 persons, In here*. Selain tema topikal juga ditemukan dengan kelompok kata benda yang dimodifikasi seperti *Jogjakarta as a city with an ancient history escapes, The wide range of hotel amenities and services at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia, Java Red and Java Green Restaurant - With a stunning view of Mt. Merbabu, Mt. Andong and Mt. Merapi, traditional old Javanese buildings*. Pola tema topikal dalam teks ini berhubungan dengan variasi mode antar teks.

Selain yang disebutkan, ada tema topikal yang mempunyai fungsi imperatif. Hal ini juga dimungkinkan adanya mood dalam kata kerja (*verba*) yang diletakkan di posisi awal untuk memberikan status tematisasi. Dengan kata lain,

dapat dikatakan bahwa subjek tidak muncul atau ditampilkan secara eksplisit sebagai tema dalam kalimat, misalnya klausa berikut.

- (1) *Relax in the evening with your favourite drink at the Grass Bar.* (kl 10, teks GS)
- (2) *Take a cool dip in our swimming pool during your leisure time.* (kl 24, teks SJ)

Kata *relax* pada klausa (1) dan *take* pada (2) meletakkan kata kerja di posisi awal klausa. Subjek ditampilkan secara eksplisit. Hal ini juga merupakan tema dalam klausa.

Pemilihan tema topikal bermarkah dalam menentukannya sering berhubungan dengan dimensi Mode. Tema bermarkah ditemukan 51 klausa dalam brosur hotel. Tema bermarkah yang digunakan adalah sebagai berikut:

- (3) *For your dining pleasure, Our excellent cooks provide you a fine selection of Indonesian and European cuisine.* (kl 13, teks SJ)
- (4) *Today, it serves as a gathering spot for guests, and is richly appointed with period pieces and a library and music room.* (kl 5, teks LCP)
- (5) *In term of size and population, Semarang falls under the five major cities in the nation.* (kl 1, teks GC)
- (6) *With the title of four stars hotel, we provide 160 rooms for your business or family needs.* (kl 3, teks PA)

Seperti contoh klausa tersebut, tema yang memiliki unsur sirkumstansi adalah lokasi, behalf, cara, dan lain sebagainya. Salah satu efek dari tema

bermarkah adalah dengan memberikan kelompok umum yang dibentuk oleh tema tanpa adanya subjek/aktor dalam klausa. Dengan berbagai pilihan, tema bemarkah memiliki nominalisasi supaya menjadi tema.

Pilihan tema klausa dapat dilakukan dengan memulai suatu pesan dari sudut pandang yang berbeda. Seperti yang telah disebutkan bahwa tema adalah unsur pertama dalam klausa sedangkan sisa dari klausa disebut rema. Dalam pemilihan tema, penutur berpikir efek dalam mengubah titik awal klausa dan konteks yang sesuai. Seperti contoh berikut ini klausa pertama dalam brosur adalah *adjunct*, tanpa mengubah kata terlalu banyak sehingga dapat menyusun kembali komponen kalimat dalam jumlah yang berbeda. Berikut ini contoh hotel brosur Patra Jasa dari beberapa klausa.

- (kl 1) *In term of size and population, Semarang falls under the five major cities in the nation.*
- (kl 2) *It is situated on Java's flat northern coast and appropriately called the capital of Central Java as it lies halfway between the two extreme east and west coast of the island.*
- (kl 4) *Patra Jasa Hotel Semarang is located on top of the hill at Candi Baru, overlooking the harbour and Ungaran mountain range.*
- (kl 5) *It is 20 minutes from the airport and 15 minutes from the shopping centre.*
- (kl 6) *The hotel offers 146 Rooms consist of 121 hotel rooms and 25 motel rooms with wall to wall carpet and equipped with hot and cold water, bathtub and shower, Refrigerator, Colour-TV with In house movie, Radio and Music, Telephone.*
- (kl 16) *This ancient city is the capital of the province of Central Java, situated about 500 km from Jakarta.*

(kl 17) *The province is widely known for its historical buildings, such as the Borobudur temple, and its arts and craft industry, such as the batik industry in Solo.*

(kl 32) *All the meeting rooms are fully equipped with modern audio visual equipments.*

Dari contoh teks 2 dibahas tentang Hotel Patra Jasa. Klausa yang digarisbawahi berhubungan dengan hotel tersebut dan merupakan pokok persoalan tentang Patra Jasa Hotel Semarang. Oleh sebab itu, disebut dengan tema karena terletak di awal klausa. Misalnya klausa ketiga membahas *Patra Jasa Hotel Semarang* maka Hotel Patra Jasa tersebut berfungsi sebagai tema di mana penulis memulai klausa dan menjadi topik utama dari brosur yang menunjukkan tempat/lokasi, sedangkan *is located on top of the hill at Candi Baru, overlooking the harbour and Ungaran mountain range* disebut dengan rema. Jika *located on top of the hill at Candi Baru, overlooking the harbour and Ungaran mountain range* diletakkan di awal klausa yang menunjukkan tema. Jadi tema mempunyai penekanan yang berbeda berarti mempunyai arti yang berbeda pula. Seperti halnya pada klausa *this ancient city, the province* dan *all the meeting rooms* berhubungan dengan konteks, tetapi tidak menunjukkan topik utama brosur melainkan hanya sebagai contoh fasilitas yang dihubungkan dengan Hotel Patra Jasa Semarang dan ditemukan. Dengan memberikan tema atau penekanan yang berbeda maka pembaca dapat merasakan bahwa klausa tersebut memiliki makna yang berbeda. Maka hal ini yang disebut dengan tematisasi. Berikut ini adalah hasil jenis tema yang terdapat dalam brosur hotel bintang 4 dan 5.

Tema interpersonal brosur memiliki sikap teks yang cukup tinggi karena sering menggunakan *mood adjunct* misal, *just* dan sedikit modalitas. Dalam hal ini hanya tema Interpersonal yang berhubungan dengan pilihan penutur. Pilihan tema tersebut terletak di awal yang kemudian akan menciptakan kohesi dari kedua situasi, seperti halnya penutur yang memberikan petunjuk bagaimana mengevaluasi peristiwa yang diuraikan.

Struktur tema brosur menggunakan 2 *mood adjunct*, yaitu *seldom* dan *sure* secara tema. *Seldom* dan *sure* merupakan contoh pilihan dari tema interpersonal. Jika diperlukan, *seldom* dan *sure* dapat diletakkan di rema yang berfungsi memberikan keunggulan pada ungkapan tentativitas teks.

Dalam teks brosur ini juga terdapat perbedaan kombinasi antara tema topikal dan tema tekstual. Hal ini ditemukan bahwa tema topikal yang didahului oleh tema tekstual hanya ada dua jenis, yaitu adanya penggunaan kata penghubung parataktik *and, or, but*. Selain itu, brosur hotel menggunakan tema tekstual saja sebagai kata penghubung hipotaktik klausa terikat, yaitu *which, when, where, who, if* dengan mengabaikan *and* yang sering digunakan dalam teks.

Struktur hipotaktik seperti ini bertujuan untuk menegaskan gaya bahasa yang sesuai dibandingkan dengan membangun leksikal teks. Penulis brosur memanfaatkan strategi kompleksitas tatabahasa. Bagaimanapun juga posisi tema klausa terikat mempunyai fungsi yang sedikit umum dalam tuturan dari pada tulisan. Oleh karena itu, teks tersebut bisa seperti bahasa lisan tetapi masih bisa ditegaskan dengan kedekatan bahasa tulis.



### A. Tema Ideasional (Topikal )

Tema Ideasional (Topikal) dapat dikenali sebagai unsur pertama klausa yang menunjukkan makna perwakilan. Tema topikal adalah subjek, keterangan tambahan (*circumstantial adjunct*) dan komplemen diletakkan di awal kalimat atau klausa tidak sama dengan modal atau *conjunctive adjunct* yang mengacu pada isi tentang apa yang diuraikan (topik klausa). Jadi, pembaca/penulis dapat menentukan batas antara Tema dan Rema tanpa menarik suatu gambaran akhir antara tema topikal dan unsur awal berikutnya. Tema topikal dibagi menjadi 2 yaitu tema topikal tak bermarkah dan tema topikal bermarkah. Berikut ini merupakan penjelasan dari kedua jenis tema topikal tersebut.

#### 1. Tema Topikal tak Bermarkah (*unmarked Topical Theme*)

Tema topikal tak bermarkah adalah subjek sebagai tema. Dari analisis tema, penulis menemukan 204 klausa berupa tema topikal tak bermarkah yang berarti bahwa penulis brosur banyak menggunakan subjek sebagai tema yang termasuk deklaratif. Dengan kata lain, penulis brosur meletakkan subjek di awal kalimat dalam setiap klausa. Subjek yang dimaksud adalah *common noun*, *proper noun*, *pronoun*, *existential 'there'* dan *imperative*. Tema topikal tak bermarkah dimanfaatkan untuk menggarisbawahi pentingnya brosur yang disajikan.



### a) Common Noun

*Common noun* adalah kata benda umum yang menunjuk pada referen. Pada suatu teks penggunaan *proper noun* dan *common noun* sangat berlawanan dalam penulisan. Pengulangan nama orang misalnya, penggunaan kata ganti/*pronoun* atau *common noun* yang sesuai mungkin akan nampak lebih formal atau bahkan referensial walaupun tidak sesuai. Dalam penelitian ini, banyak ditemukan *common noun* sebagai subjek, karena menggunakan brosur perhotelan sebagai tema sehingga banyak menyebutkan nama tempat, nama benda yang menggunakan huruf besar. Semua *common noun* digunakan sebagai tema topikal/ideasional tak bermarkah. Contoh tema topikal/Ideasional yang tak bermarkah dan merupakan *common noun* dalam penelitian adalah sebagai berikut.

- (7) Visitors to Semarang will see that the hotel is the right choice with its convenient location and complete service and facilities. (kl 12, teks PJ).
- (8) The hotel offers 146 Rooms consist of 121 hotel rooms and 25 motel rooms with wall to wall carpet and equipped with hot and cold water, bathtub and shower, Refrigerator, Colour-TV with In house movie, Radio and Music, Telephone. (kl 6, teks PJ)
- (9) Our 148 rooms gives you the choice of spacious rooms. (kl 7, teks GC)
- (10) Business travellers will discover the office facilities at our business centre. (kl 17, teks GC)
- (11) All rooms are equipped with tea/coffee making facility, mini bar and hair dryer. (kl 2, teks MG)

- (12) *This elegant boutique hotel has been designed to highlight the cultural heritage of Yogyakarta.* (kl 17, teks MG)

Contoh klausa yang digarisbawahi merupakan jenis tema deklaratif yang memiliki persamaan antara tema klausa dan subjek. Subjek merupakan pilihan tema normal. Unsur yang dipilih sebagai tema topikal merupakan alasan untuk memilih bentuk lain. Maka disebut sebagai tema tak bermarkah. Subjek bisa juga sebagai nomina. *Common noun* biasanya diikuti oleh *Deictic* dan unsur lain. Seperti kelompok nama orang, tempat tinggal, objek, kolektif, dan institusi. Misalnya dikelompokkan sebagai kata benda tunggal yang spesifik yaitu *the hotel* yang menunjuk pada Hotel Patra Jasa dan *This elegant boutique hotel* menunjuk pada *Mercure Grand Hotel Phoenix Yogyakarta* sedangkan kata benda jamak seperti pada *all rooms* tidak menunjuk secara spesifik. Contoh klausa-klausa tersebut menggunakan kata benda umum yang digunakan sehari-hari yang menunjuk pada kamus.

#### b) **Proper Noun**

*Proper noun* mengacu pada apapun ditandai oleh nama benda, nama orang, atau tempat/lokasi yang memakai huruf besar/kapital. Unsur tersebut terdiri dari satu kata atau lebih. Seperti contoh berikut ini.

- (13) *Yogyakarta has inherited the best of traditions* (kl 12, teks MG).  
 (14) *Semarang is only 50 minutes from Jakarta by air travel.* (kl 13, teks PJ).

- (15) *Jogyakarta Plaza Hotel is an unique hotel located in the city's university district as an International Resort-style hotel in Jogjakarta.* (kl 1, teks JP)
- (16) *Srikaton Restaurant offers you a variety of international and traditional menu.*(kl 11, teks JP)
- (17) *Kirana Health Club offers you various facilities such as: Cardio Fitness Theater, Gymnasium with Weight Training Circuit, Jogging Track, Swimming Pool, 2 Tennis Courts with night lighting, Saunas, Whirlpool and Massage.* (kl 14, teks JP)
- (18) *The Kemangi Bistro Restaurant which features an open-show kitchen with a wood-burning pizza oven serves breakfast, lunch and dinner.* (kl 28, teks HR)
- (19) *Novotel Solo has 142 rooms and Suites.*(kl 3, teks HN)
- (20) *Losari Coffee Plantation - Resort & Spa Magelang is a boutique resort consisting of twenty-six villas situated on twenty-two hectares of a beautiful, lush working coffee plantation nestled in the highlands nine hundred meters above Central Java.* (kl 1, teks LCP)

Klausa yang telah disebutkan merupakan tema topikal tak bermarkah yang memiliki unsur ‘*Thing*’. Contoh-contoh tersebut memiliki struktur internal masing-masing yang dibicarakan secara simple sebagai ‘*Thing*’ juga dapat dilihat sebagai kata benda campuran (*noun compounds*) dari analisis fungsional seperti *Srikaton Restaurant*, *Kirana Health Club*, *The Kemangi Bistro Restaurant* *Losari Coffee Plantation - Resort & Spa Magelang*. Sedangkan kata *Yogyakarta* dan *Semarang* menunjuk pada nama tempat. *Proper noun* sebagai subjek dan sebagai tema klausa. Kasus ini disebut sebagai tema topikal tak bermarkah. Brosur hotel banyak

menggunakan proper noun dengan huruf kapital sebagai subjek karena bertujuan untuk menggarisbawahi pentingnya lokasi tersebut.

**c) Kata Ganti (*pronoun*)**

Jenis subjek lain sebagai tema topikal yang ditemukan adalah kata ganti. Semuanya dalam subjek klausa. Oleh karena itu biasa disebut tema topikal tak bermarkah. Kata ganti dalam penelitian ini mengacu pada kata benda yang disebutkan sebelumnya atau sebagai topik. Kata ganti yang ditemukan adalah *it*, *we*, *you* dan *they*.

- (21) *The city of Yogyakarta is located within the Yogyakarta province. It is well known as a center of classical Javanese fine art and culture such as batik, ballet, drama, music, poetry and puppet shows.* (kl 2, teks HR)
- (22) *Puri Asri Hotel Magelang is located in Magelang Central Java. It has views of a river, rice fields, villages, mountains, Taman Kyai Langgeng and a beautiful nature with a nuance of 'back to nature'.* (kl 2, teks PA)

Contoh (21) '*It*' ditafsirkan menunjuk *the city of Yogyakarta* pada klausa sebelumnya. Sedangkan contoh (22) kata ganti '*it*' menggantikan Puri Asri Hotel Magelang. Keduanya menggunakan kata ganti '*it*' yang bergantung pada makna pertama. '*It*' sebagai kata tunggal yang mempunyai fungsi netral dengan memberikan pengenalan teks yang telah disebutkan sebelumnya. Hubungan anaforik dari jenis tersebut menunjukkan kohesi. Ditunjukkan dengan salah satu kata ganti '*it*', disini

pembaca harus melihat dengan menginterpretasi klausa yang telah disebutkan sebelumnya. Hal ini mempunyai hubungan dengan 2 klausa pada kesatuan koheren dan menjadi bagian dari teks. Bentuk kata ganti pada penelitian ini merupakan subjek klausa. Kata ganti *it* pada klausa tersebut menunjukkan tema karena terdapat pada awal klausa.

- (23) *The hotel imbues a culture in their staff to be flexible in meeting our guests' needs. We enhance a special touch of complete comfort to each of our guests.* (kl 5, teks GS)
- (24) *Our staff are prepared to cater to you needs and we do it for you in style* (kl 20, teks GS)

Pada contoh (23) kata ganti yang digunakan adalah 'we'. 'We' menunjuk pada klausa sebelumnya yaitu staff hotel Graha Santika. Kata ganti 'We' pada contoh tersebut merupakan kata ganti orang pertama yang juga menunjuk pada makna sebelumnya. Begitu juga dengan klausa 20 bahwa 'we' diinterpretasikan sebagai *our staff*. Hal ini merupakan pengenalan antar teks sebelumnya dan menunjukkan kohesi antar klausa. Kata ganti tersebut merupakan tema topikal tak bermarkah karena terletak di awal klausa. Maka dapat ditematisasikan.

- (25) *Each of Losari's 26 villas is unique. They are all located on the hilltop in the middle of the plantation and are all reconstructed from original Javanese Limasans, Joglos or Kudos houses.* (kl 10, teks LCP)

Klausa tersebut adalah anaforik tapi tidak secara eksplisit atau pembaca bisa terus menyebutkan *Each of Losari's 26 viilas*. Hal ini merupakan eksplisit tapi bukan anaforik. Karena tidak mengharuskan pembaca untuk menemukan kata lain. Jika penulis terus menerus membicarakan tentang *Villa Losari*, pembaca akan mulai bertanya-tanya apakah penulis masih membicarakan Villa Losari yang sama atau tidak. Jadi supaya tetap muncul, penulis brosur menggunakan satuan referensi personal. Misalnya seperti contoh berikut.

- (26) *They are all located on the hilltop in the middle of the plantation and (they) are all reconstructed from original Javanese Limasans, Joglos, or Kudos houses.*

Klausa *they* menunjukkan kata ganti yang menggantikan Villa Losari karena terletak di awal klausa dan merupakan subjek maka disebut juga tema topikal tak bermarkah. *They* dalam kalimat kedua merupakan eksplisit dari kalimat pertama.

- (27) *You can keeping your body inshaoe at the hotel golf arrangement, swimming pool, aerobics health and fitness center and tennis court.* (kl 33, teks PJ).
- (28) *You will discover the harmony of our distinctive Javanese style architecture combines with our warmest Indonesia hospitality.* (kl 2, teks JP).



Contoh klausa tersebut menggunakan kata ganti ‘*you*’. Disini penulis brosur menerangkan makna ‘*you*’ dengan menghubungkan sesuatu di luar bahasa yaitu pengunjung atau pembaca itu sendiri atau sebagai partisipan. Penggunaan jenis ini disebut eksoforis.

Dari contoh klausa tersebut dapat disimpulkan bahwa kata ganti dapat ditemukan dalam brosur sebagai subjek di awal klausa yang biasa disebut oleh tema topikal tak bermarkah. ‘*it*’, ‘*we*’, ‘*they*’ dan ‘*you*’ merupakan kata ganti (*Pronoun*) dalam bahasa Inggris berhubungan dengan kelompok nominal atau subjek. Penggunaan tersebut mempunyai fungsi luas dalam menunjukkan bagaimana pesan sesuai dengan konteks. Dalam hal ini eksoforik berhubungan dengan bahasa yang terdapat di luar konteks, sedangkan endoforik berhubungan dengan bagaimana pesan sesuai dengan konteks secara spesifik. Konteks dalam pesan tersebut berhubungan dengan kohesi.

#### **d) *Existential ‘there’***

Klausa eksistensial biasanya mempunyai kata kerja bantu yang berhubungan dengan proses hubungan. Namun kata kerja lain biasanya yang muncul perbedaan antara atributif atau persamaan adalah kelompok terkecil yang berhubungan dengan kata kerja yang mempunyai arti ‘kemunculan (*exist*)’ atau ‘kejadian (*happen*)’. Kelompok yang lain mengandung beberapa fungsi sirkumstansi. Misalnya waktu, lokasi. Tapi kata kerja lainnya juga bisa menggunakan klausa eksistensial abstrak.

Eksistensial yang membedakan klausa dari unsur sirkumstansi, waktu/tempat. Dalam penelitian ini, penulis juga menemukan unsur *existential 'there'* sebagai subjek dan tema topikal tak bermarkah dalam klausa.

29) *There's no doubt about it.* (kl 8, teks GS)

30) *There are hosts of Hotels in Yogyakarta in Indonesia to accommodate heavy inflow of foreign visitors...* (kl 12, teks HR)

31) *There are four villa categories.* (kl 12, teks LCP)

Pada klausa 8, teks GS, jika unsur sirkumstansi tersebut tema, maka subjek *there* bisa dihilangkan tapi akan berubah jika ada kalimat tanya (tag question (embelan)). Misalnya, *There's no doubt about it, isn't there?*. Cara lainnya, proses yang menunjukkan lokasi diikuti dengan klausa non-finit. Misalnya klausa 12, *there are four villas categories*. Dalam penelitian ini, penulis juga menemukan unsur *existential 'there'*. Klausa *there* digunakan sebagai subjek tetapi tidak dalam bentuk experiential, tidak mempunyai fungsi representational dan tidak termasuk kriteria tematisasi dalam makna eksperiential. Klausa *existential 'there'* terdapat pada titik awal yang sederhana. *There* pada teks HR menunjukkan klausa *existential* yang membedakan dengan unsur sirkumstansi lokasi. Jika unsur sirkumstansi tersebut ditematisasi maka Subjek *There* dihilangkan, sedangkan klausa *'there'* pada teks GS dan LCP menggunakan klausa eksistensial yang memiliki verba tetapi berbeda dengan atributif. Satuan yang terkecil berhubungan dekat dengan verba

yang berarti ‘*exist*’ dan ‘*happen*’. Dalam contoh klausa tersebut berarti ‘*exist*’. Contoh klausa-klausa tersebut di sebut sebagai tema topikal tak bermarkah karena terdapat di awal klausa sebagai subjek.

#### e) Imperatif

Bentuk imperatif dalam tema topikal tak bermarkah juga ditemukan dalam penelitian ini. Imperatif adalah salah satu jenis klausa dimana predikator ditemukan sebagai Tema. Hal ini juga memungkinkan adanya mood verba diletakkan di posisi awal untuk memberikan status tematisasi, pilihan ini lebih pada tema topikal bermarkah. Atau dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa subjek tidak muncul atau ditampilkan secara eksplisit sebagai tema dalam kalimat. Misalnya seperti pada klausa di bawah ini.

- 32) *Relax in the evening with your favourite drink at the Grass Bar.* (kl 10, teks GS)
- 33) *Take a cool dip in our swimming pool during your leisure time.* (kl 24, teks SJ)
- 34) *Try our “Paprika” restaurant featuring an open kitchen concept with a menu comprising grilled items, Indonesian and Asian fusion dishes.* (kl 5, teks MG)

Pada teks GS, SJ dan MG menunjukkan contoh bentuk imperatif yang memberikan tekanan untuk mengajak pembaca supaya melakukan tindakan atau mencoba fasilitas yang telah disediakan. Teks GS mengajak pembaca untuk bersantai di sore hari dengan minuman kesukaan di Bar

Grass. Relax merupakan predikator dan pelaku melakukan tindakan klausa sebagai imperatif. Serta dalam penggunaan ‘*you*’ secara eksplisit. Maka *relax* pada teks GS merupakan tema topikal tak bermarkah karena terdapat di subjek. Seperti halnya teks GS, teks SJ membujuk pembaca untuk menikmati kolam renang untuk bersantai. Klausa *take* merupakan jenis tema imperatif yang menggunakan predikator (verba). *Take* terdapat di awal klausa yang memberikan status tema. Mercure Grand Hotel menawarkan kepada pembaca supaya mencoba Restoran Paprika dengan konsep dapur terbuka dan menu makanan dipanggang. Imperatif klausa tersebut menggunakan predikator untuk melakukan tindakan dan merupakan tema topikal tak bermarkah karena *try* berada di awal klausa. ‘*You*’ tidak berarti apa-apa dalam imperatif, karena imperatif tersebut merupakan interaktif yang ditujukan pada pembaca.

Dari klausa-klausa di atas dapat disimpulkan bahwa dalam brosur perhotelan juga terdapat bentuk imperatif. Pada Subjek ‘*relax*’, ‘*take*’, dan ‘*try*’ hilang. Pengertian subjek dari imperatif tersebut adalah ‘*you*’ dan merupakan klausa non-finit, subjek dan finit biasanya dihilangkan dari finit dan menggunakan subjek natural ‘*you*’. Bagaimanapun interpretasi tersebut tidak menuntut pembaca. Yang sering terjadi pada iklan bahwa adanya ‘*empty slot*’ untuk mengajak pembaca, tapi penulis brosur tidak memunculkannya. Bentuk imperatif tersebut terletak di awal klausa maka termasuk tema topikal tak bermarkah. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan penekanan pada pokok persoalan yang disajikan. Penulis

brostur menggunakan *call-for action* untuk membujuk pembaca supaya mencoba fasilitas yang tersedia.

## 2. Tema Topikal bermarkah (*Marked Topical Theme*)

Tema bermarkah adalah tema yang bukan sebagai subjek. Tema topikal bermarkah dapat berupa partisipan, sirkumstan (selain subjek atau pertanyaan Wh-) atau partisipan (verbal/klausa mental) atau sebagai pelengkap klausa dalam tema.

Setelah menganalisis data, penulis menemukan tema bermarkah sebanyak 51 klausa dari 306 klausa. Jenis tema topikal yang ditemukan dalam penelitian ini adalah sebagai transitivitas. Konsep transitivitas pada Halliday *An Introduction to Functional Grammar* menyebutkan ada 3 (tiga) komponen proses transitivitas. Ketiga komponen tersebut adalah proses yang diwujudkan dalam bentuk verbal, partisipan dalam proses yang berupa kelompok kata benda, dan sirkumstansi yang berhubungan dengan proses dalam frase adverbial dan frase preposisi. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut.

### a) Frase Adverbial sebagai tema

Adverb atau frase adverbial menunjuk pada struktur yang berfungsi sebagai kata keterangan. Adverb digunakan dalam kata kerja (*verb*), kata sifat (*adjective*) atau kata keterangan. *Circumstantial adjunct* berhubungan dengan transitivitas yang diikuti dengan proses dan transitivitas.

Transitivitas termasuk metafungsi bahasa ideasional. *Circumstantial adjunct* juga penting dalam menganalisis Tema dan Rema yang tidak sama dengan keterangan (*adjunct*) lainnya dan dianggap sebagai tema topikal jika berada di awal klausa. Dalam penelitian ini brosur perhotelan menggunakan frase adverbial sebagai tema, seperti contoh berikut.

- (35) *For more elegance*, the dining room on the second floor has a complete wine list along with a choice of cuisine to satisfy your palate. (kl 15, teks GS)
- (36) *For a private meeting of about 20 persons*, you have a choice for Mendut Room of course, (kl 31, teks PJ)
- (37) *For more expansive comfort*, select one of our suites. (kl 8, teks SJ)
- (38) *For your dining pleasure*, Our excellent cooks provide you a fine selection of Indonesian and European cuisine. (kl 13, teks SJ)
- (39) *For happy hours*, choose between our “1918’s terrace bar”, overlooking an open air courtyard, or “Vino”, trendy bar featuring nightly entertainment. (kl 6, teks MG)
- (40) *For recreation one tennis court and 9 hole golf course* is include in the hotel amenities and services at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia. (kl 33, teks HR)

Dari analisis itu dapat dilihat bahwa frase adverbial digunakan sebagai tema dalam klausa. Frase adverbial yang digunakan dalam contoh tersebut adalah sebagai *circumstantial adjunct*. *For more elegance* pada contoh (35) menunjukkan kata keterangan sebab yang berarti bahwa ruang makan berada di lantai dua mempunyai daftar minuman *wine* yang merupakan pilihan menu. Contoh (36) *For a private meeting of about 20*



*persons* menunjukkan lokasi atau tempat pertemuan untuk 20 orang. *Circumstantial adjunct* berikutnya pada contoh (37) juga menunjukkan sama dengan teks JP, yaitu lokasi atau tempat untuk berekreasi di lapangan tenis dan lapangan golf yang tersedia di Hotel Hyatt Regency. *For more expansive comfort*, *For your dining pleasure*, dan *For happy hours* juga menunjukkan lokasi. Selanjutnya adalah *circumstantial adjunct* yang mempunyai makna keterangan tujuan misalnya pada klausa 8 teks SJ *For more expansive comfort, select one of our suites*. Hal ini bertujuan untuk lebih memberikan kenyamanan dalam memilih kamar. Yang kedua *for happy hours, choose between "1918's terrace bar", overlooking an open air courtyard, or "Vino", trendy bar featuring nightly entertainment* pada contoh (39) mempunyai tujuan untuk menyenangkan supaya memilih antara "1918's terrace bar", atau "vino" bar yang memiliki pertunjukan malam. Keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa *circumstantial adjunct* yang dipakai adalah sebab (*cause*) yang memiliki kategori keterangan tujuan (*purpose*) untuk melakukan kegiatan di suatu tempat atau yang sedang berlangsung. Klausa pada contoh tersebut ditunjukkan dengan frase preposisi *for* atau dengan preposisi yang kompleks.

- (41) *Today, it serves as a gathering spot for guests, and is richly appointed with period pieces and a library and music room.* (kl 5, teks LCP)

*Today* adalah Frasa adverbial yang menunjukkan keterangan waktu sebagai *circumstantial adjunct*. Frase *today* merupakan bagian tematisasi dari tema topikal bermarkah (*marked topical theme*) yang diletakkan sebagai subjek. *Today* merupakan keterangan waktu yang menerangkan bahwa saat ini Hotel Losari melayani perkumpulan untuk tamu yang dilengkapi dengan ruang untuk bernyanyi dan perpustakaan.

(42) ... and appropriately called the capital of Central Java as it lies halfway between the two extreme east and west coast of the island.

(kl 3, teks PJ)

(43) Strategically located in the heart of Yogyakarta, near Malioboro street, (kl 19, teks MG)

Perbedaan *Adverbs* dan *adverbials* yaitu *adverb* mengacu pada kata tunggal sedangkan *adverbials* lebih dari satu kata. *Adverbials* hampir memiliki persamaan dengan klausa sebagai frase preposisi dan grammar di susun dua alternatif yang sama. Jadi *Appropriately* dan *Strategically* merupakan *adverbs* yang menunjukkan cara (*manner*) *quality*. *Quality* dinyatakan oleh kelompok keterangan, dengan menggunakan kata keterangan *-ly* sebagai Kepala (Head). *Quality* mempunyai ciri sebagai proses yang masuk akal, seperti pada contoh yang telah disebutkan.

(44) At the Saraswati Bar you can choose your favourite drinks or cocktails and relax after a busy day and enjoy the live music while

*overlooking the lush garden resort style swimming pool.* (kl 7, teks HN)

- (45) *While at Losari you can you can find rejuvenation in the Hammam, a real Turkish bath, and can receive any one of a number of relaxing spa treatments.* (kl 8, teks LCP)

Klausa pada contoh (44) dan (45) menunjukkan keterangan tempat. Contoh (44) menunjukkan tempat di Bar Saraswati dimana pengunjung dapat memilih minuman favorit atau *cocktails* setelah seharian sibuk dengan menikmati *live music* sambil melihat taman disekitar kolam renang. Contoh (45) juga menunjukkan keterangan lokasi di Losari Coffee Plantation yang memberikan kesenangan di *Hammam*, mandi ala Turki dan menerima perawatan SPA untuk bersantai.

Dari contoh-contoh tersebut dapat disimpulkan bahwa *adverb* atau frasa adverbial dapat diletakkan di awal klausa atau sebagai unsur pertama yang ditematisasikan. Biasa disebut tema topikal bermarkah (*marked topical theme*). Yang termasuk tema topikal bermarkah adalah unsur *Circumstantial adjunct* yang memberikan keterangan tambahan kepada unsur inti. Misalnya keterangan waktu dan keterangan lokasi. Jumlah jenis keterangan bergantung pada penggolongan keterangan yang berbeda bentuk dan makna menjadi satu jenis.

### b) Frase Preposisi sebagai tema

Dalam penelitian ini, penulis menemukan beberapa brosur menggunakan frasa preposisi sebagai tema dalam klausa. Contoh berikut adalah frase preposisi sebagai tema.

- (46) *In term of size and population*, Semarang falls under the five major cities in the nation. (kl 1, teks PJ)
- (47) *In here* you can make yourself relax with several exercise. (kl 34, teks PJ)
- (48) *From the fantastic location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia* you can visit art galleries, City Centre, Merapi Golf Course, Borobudur Temple and the Prambanan Temple. (kl 49, teks HR)

Dari penelitian dalam brosur perhotelan ditemukan frase preposisi sebagai tema topikal bermarkah karena terdapat di awal klausa. Frase preposisi itu adalah *In term of size and population*, *From the fantastic location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia* dan *In here*. Tema dalam klausa yang terdapat dalam ideasional disebut juga dengan *circumstantial adjunct* yang memberikan uraian tentang situasi lebih lanjut dalam klausa yang berkaitan dengan lokasi.

- (49) *With 138 luxurious rooms and suites only a short drive from the newly expanded Adi Sumarmo Airport*, the four star Sahid Raya Solo is just around corner from the Mangkunegaran Keraton and nicely situated nearby all major businesses and with easy access to shopping and tourist attractions. (kl 10, teks SR)

- (50) *With the title of four stars hotel, we provide 160 rooms for your business or family needs.* (kl 3, teks PA)

Kedua klausa tersebut merupakan frase preposisi yang berada di posisi awal dan dapat ditematisasikan. *With 138 luxurious rooms and suites only a short drive from the newly expanded Adi Sumarmo Airport* dan *With the title of four stars hotel* merupakan frase preposisi yang memberikan informasi tambahan tentang hotel tersebut. Contoh (49) brosur Hotel Sahid Raya Solo memberikan informasi bahwa yang dekat dengan bandara Adi Sumarmo dan memiliki 138 ruangan mewah. Seperti halnya contoh (49), contoh (50) juga memberikan penjelasan informasi tentang Hotel Puri Asri dengan sebutan hotel bintang 4. Kedua klausa pada teks tersebut merupakan keterangan tambahan sebagai pelengkap.

### 3. Passivisasi Tema

Dalam penelitian brosur perhotelan ditemukan juga bentuk pasif. Seperti diketahui, bahwa klausa dengan kata kerja transitif bisa dipasifkan. Partisipan dalam pasif berubah menjadi subjek sedangkan partisipan yang pertama menjadi keterangan. Dalam analisis transitivitas, bentuk aktif partisipan pertama dan subjek dimunculkan secara bersamaan, sedangkan bentuk pasif muncul di posisi yang berbeda. Partisipan pertama bentuk aktif diletakkan di subjek dan keterangan di bentuk pasif. Pasif dalam tema bertujuan hanya untuk memberikan jarak antara penutur dan pendengar atau dengan kata lain yang ditonjolkan adalah objeknya, subjek menjauh

dari penutur. Bentuk kata kerja transitif, adanya penghapusan subjek. Di bawah ini contoh klausa yang ditemukan.

- (51) *Executive Meeting Room and Kono is presented for Banquet Requisition for middle and intensive partipants. Served by Professional Quality Banquet Crew* (kl 5, teks HQ)
- (52) *Endorsed by International Top Brand's Pizza D' Oro Espresso.*(kl 14, teks HQ)
- (53) *Equipped with International Standard Sport Equipment, our fitness & Spa is also handled by an International Licensed Sport Trainer.* (kl 16, teks HQ)

Contoh tersebut merupakan bentuk klausa pasif. Contoh (53) menjelaskan perlengkapan alat olah raga ditangani oleh *an International Licensed Sport Trainer* yang merupakan kata kerja transitif. Pada contoh (51) dan (52) klausa 5 dan klausa 14, subjek dihilangkan. Pada klausa 5, subjek yang dihilangkan adalah *Executive Meeting Room and Kono*, sedangkan pada klausa 14 *Royal Espresso Coffee Lounge* dihilangkan. *Endorsed by International Top Brand's Pizza D' Oro Espresso* merupakan subjek sebagai tema meskipun dalam bentuk pasif, tapi hal ini mengacu pada konteks. Contoh tersebut ditunjukkan oleh unsur yang sama dan mempunyai kecenderungan fungsi tertentu. Misalnya aktor/partisipan cenderung pada subjek, sedangkan subjek cenderung pada tema dengan unsur yang berbeda.

Dari keterangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa tema topikal bermarkah adalah tema yang bukan sebagai subjek. Dalam penelitian ini,



ada beberapa klausa yang menggunakan tema topikal bermarkah. Jenis tema yang digunakan adalah Frase Adverbial, frase Preposisi yang merupakan *circumstantial adjunct* dan juga dalam bentuk pasif.

#### 4. Klausa sebagai Tema

Penjelasan dari klausa sebagai pertukaran, peneliti juga menemukan klausa sebagai subjek. Hal ini bertujuan untuk menghindari mempersulit ide yang lebih panjang dan contoh struktur yang kompleks.

- (54) *You can relax and unwind with Giri Loka Spa service,* *are ideal for guests who wish to simply relax after a hard working day.* (kl 28, teks PJ).
- (55) *You can enjoy with a fine drink and snack at the cozy bar* *is an ideal place to relax and unwind after a tiring day.* (kl 35, teks PJ).
- (56) *The historical building, reflecting a colonial style that blends effortlessly with the laid back atmosphere of old Yogyakarta,* *will transport guests into a world of hospitality, while maintaining traditions and charm of the past with all the facilities and comforts of a modern hotel.* (kl 18, teks MG)
- (57) *To spend some wonderful and rejuvenating days the Yogyakarta, in Indonesia* *located within the Yogyakarta province is the perfect holiday destination.* (kl 22, teks HR)
- (58) *Reaching the location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia* *is made easy as the hotel provides a complimentary shuttle to Malioboro in downtown Yogyakarta, on a first come, first served basis.* (kl 47, teks HR)

Contoh klausa tersebut merupakan kelompok nomina kompleks yang terdiri atas 2 nominal group dalam hubungan parataktik dan setiap subjek adalah kelompok nomina. Dari kesemuanya itu nomina terdiri atas sisipan, baik sebagai frase preposisi atau klausa atau keduanya.

Penggunaan postmodifier dalam kelompok kata benda yang berfungsi sebagai subjek klausa sisipan adalah contoh 56 *that blends effortlessly with the laid back atmosphere of old Yogyakarta*. Klausa tersebut termasuk klausa defining relatif yang menggunakan konjungsi sebagai tema struktural.

Contoh tersebut tidak sulit untuk dikenali dan diidentifikasi sebagai subjek. Contoh (57) dan (58) memiliki jenis lain dari klausa yang disisipi dan fungsi klausa tidak sebagai postmodifier dalam kelompok nominal tetapi sebagai Head. Dengan kata lain, berfungsi sebagai kelompok kata benda dasar.

## **B. Tema Tekstual**

Tema tekstual berhubungan dengan klausa dan konteks yang berupa kontinuatif/penerus (*continuative*), kata penghubung (*conjunction*) (koordinasi dan subordinasi) dan konjungtif (*conjunctive adjunct*). Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa penulis brosur menggunakan unsur-unsur tersebut di awal klausa. Ada 46 klausa dari 306 yang menggunakan unsur tekstual sebagai tema. Tema tekstual yang digunakan dalam penelitian ini adalah kata penghubung dan konjungtif. Sedangkan kontinuatif merupakan satuan terkecil

yang berhubungan dengan konteks penutur yang memberikan isyarat kepada pendengar untuk memulai atau melanjutkan tuturan. Kontinuatif ditempatkan di awal klausa, misalnya, *well, right, OK, now, anyway, of course*.

### 1. Kata Sambung (*conjunction*)

Tipe tema tekstual ditemukan dalam brosur perhotelan adalah Kata Sambung (*conjunction*). Kata sambung yang terdapat dalam penelitian ini yaitu koordinatif dan subordinatif. Kata sambung koordinatif menghubungkan antara dua atau lebih klausa ke dalam satu klausa kompleks yang menghasilkan suatu kalimat misalnya *then, or, and, but, and then*. Sedangkan kata penghubung subordinasi adalah penggabungan klausa terikat dengan klausa lain pada tingkat yang berbeda untuk menghasilkan klausa kompleks misalnya *which, when, where, who, if, that, whether, either* and *after*. Berikut ini contoh klausa yang menggunakan kata penghubung tersebut pada brosur perhotelan.

#### a) Kata Penghubung Koordinasi

##### • Kata Penghubung *and*

- (1) *They are all located on the hilltop in the middle of the plantation and are all reconstructed from original Javanese Limasans, Joglos or Kudos houses.* (kl 11, teks LCP)

Kata penghubung *and* dalam klausa tersebut adalah kata sambung dari klausa sebelumnya dan merupakan klausa tambahan atau perluasan yang positif. Pada klausa sebelumnya disebutkan

*they are all located on the hilltop in the middle of the plantation and are all reconstructed from original Javanese Limasans, Joglos or Kudus houses.* Hal ini menjelaskan adanya penambahan informasi dari Villa Losari yang menjelaskan tentang lokasi yang terletak di puncak bukit pertengahan perkebunan dan informasi tambahannya adalah Villa yang berbentuk rumah Jawa seperti Limas, Joglo dan Kudus.

- **Kata Penghubung *or***

- (2) *You can relax and unwind with Giri Loka Spa service, are ideal for guests who wish to simply relax after a hard working day or you can enjoy with beach volleyball.* (kl 36, teks PJ)

Kata penghubung *or* menunjukkan pilihan dari suatu kegiatan yang disediakan bagi konsumen dari kalimat *You can relax and unwind with Giri Loka Spa service, are ideal for guests who wish to simply relax after a hard working day or you can enjoy with beach volleyball.* Hal ini merupakan pilihan dari bersantai dan relax setelah bekerja atau dengan menikmati permainan bola voli di pantai.

- **Kata Penghubung *then***

- (3) *Then indulge yourself in our SPA offering therapeutic, relaxing and rejuvenating experiences using natural products to enhance well being and reduce stress.* (kl 8, teks MG)

*Then* merupakan kata penghubung yang menunjukkan adanya tindakan selanjutnya. Dalam klausa tersebut *then* menghubungkan kalimat sebelumnya yang ditunjukkan bahwa setelah berenang dan berlatih di pusat kebugaran kemudian pengunjung dimanjakan dengan SPA yang tersedia di hotel Grand Mercure.

- **Kata Penghubung *but***

- (4) *But for a different hotel experience come to the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia which is one of the mostly visited 5 Star Hotels in Yogyakarta.* (kl 4, teks HR)

Kata penghubung *but* termasuk kelompok berlawanan atau perbedaan (*adversative*) yang menunjukkan bahwa adanya pengalaman hotel yang berbeda di Hyatt Regency Yogyakarta Hotel dengan hotel-hotel yang berada di kota tersebut. Konjungtif *but* digunakan untuk membandingkan atau mengkontraskan pengalaman ketika pengunjung datang ke hotel Hyatt Regency Yogyakarta.

- **Kata Penghubung *and then***

- (5) ... *and then refresh in the hotel spa or in the beautiful and large outdoor swimming pool.* (kl 32, teks HR)

Kata penghubung *and then* juga merupakan informasi tambahan dari klausa sebelumnya. Yaitu *You can workout in the*

*well equipped health club and then refresh in the hotel spa or in the beautiful and large outdoor swimming pool.* Seperti kata penghubung *then, and then* dalam contoh tersebut ditunjukkan bahwa setelah berolahraga di pusat kebugaran yang tersedia, pengunjung bisa menyegarkannya di hotel dengan spa atau berenang di kolam renang yang besar di luar ruangan.

Kata penghubung *then, or, and, but, and then* pada klausa di atas merupakan tematisasi. Kata penghubung tersebut menggunakan kata penghubung koordinatif yang berhubungan dengan gramatikal. Perluasan arti dari satu klausa dengan menambahkan sesuatu yang baru yang termasuk didalamnya adalah '*but*', '*and*' dan '*or*'. Dalam setiap contoh klausa yang disebutkan bahwa klausa kedua memberikan informasi baru, tetapi masih berhubungan dengan arti yang pertama.

#### b) Kata Penghubung subordinasi

- Kata Penghubung *which*

(6) ...*which* is designed to provide the comforts of excellent international hotel standard: 118 Deluxe Rooms, 2 Junior Suites, 4 Executive Suites, 4 Parlour Suites, 1 magnificent Presidential Suite. (kl 7, teks JP)

Kata sambung subordinasi *which* menunjukkan bahwa hotel Jogjakarta Plaza memiliki ruangan atau kamar hotel yang nyaman



berstandar Internasional. Hal ini merupakan penjelasan atau informasi tambahan dari hotel yang ditawarkan.

- **Kata Penghubung *when***

- (7) *When you're going to Semarang for business or pleasure, choose and enjoy one of 146 Rooms consist of 121 hotel rooms and 25 motel rooms with wall to wall carpet and equipped with hot and cold water, bathtub and shower.* (kl 20, teks PJ)

Kata sambung subordinasi *when* memberikan informasi tentang waktu yang diberikan ketika kita mengunjungi Hotel Patra Jasa untuk bisnis atau kesenangan, pengunjung bisa memilih dan menikmati salah satu kamar yang terdiri dari kamar hotel kamar motel yang dilengkapi dengan air dingin dan panas, bak mandi dan *shower*.

- **Kata Penghubung *where***

- (8) *Grand Candi Hotel, where business is always a pleasure, Where You can relax, unwind and just be yourselves.* (kl 7, teks GC)

Kata sambung *where* merupakan kata sambung subordinasi yang berkonstruksi tempat atau lokasi. *Where* di sini menunjuk pada lokasi atau tujuan Hotel Grand Candi yang dapat membuat pengunjung bisa menikmati dan bersantai. *Where* memberikan informasi yang ditandai sebagai klausa baru.

- **Kata Penghubung *who***

- (9) *There are hosts of Hotels in Yogyakarta in Indonesia to accommodate heavy inflow of foreign visitors who comes to Yogyakarta located within the Yogyakarta province to witness famous classical Javanese fine art and culture such as batik, ballet, drama, music, poetry and puppet shows.* (kl 13, teks HR)

Kata penghubung *who* merupakan kata sambung yang menunjuk pada konstruksi orang. Contoh (9) menggunakan kata penghubung *who* adalah kata sambung dari klausa sebelumnya yaitu *there are hosts of Hotels in Yogyakarta in Indonesia to accommodate heavy inflow of foreign visitors. Who* menunjuk pada pengunjung asing yang akan datang ke Yogyakarta.

- **Kata Penghubung *if***

- (10) *If you prefer a tropical breeze, You can enjoy your meal at the garden terrace of Pandan Sari Restaurant while relaxing or planning your schedule for the day.* (kl 14, teks SJ)

Kata sambung *If* merupakan kondisional, bentuk sebab-akibat dan juga penambahan. Hal ini menjelaskan kalau pengunjung menyukai kondisi cuaca tropis, mereka dapat menikmati makanannya di atas Restoran Pandan Sari dengan bersantai atau merencanakan pekerjaan sehari-hari.

- **Kata Penghubung *that***

- (11) ...that supported by Nautilus and TechnoGym. (kl 16, teks JP)

Kata penghubung *that* merupakan kata sambung yang mempunyai arti yang yang menunjuk pada Kirana Health yang memiliki fasilitas internasional dan teknologi modern dengan alat kebugaran yang didukung oleh Nautilus and TechnoGym.

- **Kata Penghubung *after***

- (12) After shower from our Heated Semi Olympic Swimming Pool, Baby Pool, and Medium Pool. (kl 8, teks HQ)

Kata sambung *after* merupakan penambahan dari hubungan sirkumstansi yang ditandai sebagai klausa baru daripada tanpa klausa. Klausa *after* termasuk klausa temporal dan penghubung yang mempunyai arti setelah/sesudah. *After* menghubungkan klausa berikutnya yaitu setelah mandi di kolam renang yang tersedia pengunjung dapat menikmati layanan yang cepat.

- **Kata Penghubung *whether***

- (13) Whether you are visiting for business or pleasure, the hotel sure you will find accommodations more than satisfying. (kl 7, teks PJ)

Kata penghubung *whether* merupakan kata sambung yang menunjukkan pilihan. Ketika mengunjungi Hotel Patra Jasa, kita memiliki pilihan antara untuk kesenangan atau bisnis yang akan memberikan kepuasan bagi pengunjung.

- **Kata Penghubung *either***

(14) *Either* you come here for business purpose or sightseeing, (kl 10, teks PJ)

Seperti kata penghubung *whether*, kata sambung *either* juga memiliki arti yang sama yaitu pemilihan. Di sini juga memberikan pilihan antara untuk tujuan bisnis atau liburan ketika kita mengunjungi Hotel Patra Jasa di Semarang.

Dari contoh-contoh klausa tersebut dapat disimpulkan bahwa penulis brosur menggunakan berbagai macam kata penghubung subordinatif. Kata penghubung tersebut digunakan untuk menggabungkan dengan klausa sebelumnya yang berbentuk kalimat. Atau dengan kata lain, konjungsi subordinatif menghubungkan klausa dalam level yang berbeda untuk menghasilkan kalimat kompleks. Kata penghubung subordinatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah *which*, *when*, *where*, *who*, *if*, *that*, *whether*, *either* and *after*. Karena kata penghubung tersebut ditulis pada awal klausa maka dapat ditematisasikan.

## 2. Konjungtif (*conjunctive adjunct*)

Konjungtif adalah salah satu jenis tema tekstual. Konjungtif berhubungan dengan klausa pada teks sebelumnya yang merupakan informasi tambahan dan menunjukkan klausa satu sama lain. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menemukan 5 klausa yang menggunakan konjungtif tambahan sebagai tema tekstual. Konjungtif tersebut adalah *in addition, another, additional, also, and besides that*. Misalnya,

- (15) *In addition, the nice interior decoration also make the place a perfect choice to spend your holiday or serve your business purpose.* (kl 9, teks PJ)
- (16) *Additional services include batik shop, souvenir shop, travel agent, money changer, drugstore and news stand.* (kl 20, teks SJ)

Pada kedua klausa *in addition* dan *additional* merupakan klausa perluasan atau tambahan dari klausa yaitu pada contoh (15) klausa 9, memberikan informasi tentang dekorasi berada dalam setiap ruangan yang tersedia pada saat liburan atau untuk tujuan bisnis dari klausa sebelumnya dengan memberikan akomodasi untuk kepuasan pengunjung. Sedangkan pada contoh (16) klausa 20 memberikan layanan tambahan yang terdapat di hotel tersebut yaitu adanya pertokoan yang tersedia selain fasilitas bisnis yang lain.

- (17) *Another Option would be to take the Argo Muria, Argo Anggrek or Kamandanu train,* (kl 14, teks PJ)

- (18) *Also on this floor are 3 meeting rooms for functions of up to 300 persons.* (kl 9, teks HN)

Pada contoh (17), klausa 14 merupakan penambahan dari klausa sebelumnya yaitu pilihan pengunjung supaya dapat mencapai kota Semarang dengan pesawat atau dengan kereta. Sedangkan contoh (18) klausa 9 klausa sebelumnya *The large Borobudur Ballroom on the 2nd floor can accommodate meetings, conventions, banquets and weddings of up to 1000 persons* dan diperluas menjadi *Also on this floor are 3 meeting rooms for functions of up to 300 persons*, yang menjelaskan dilantai tersebut terdapat juga 3 ruang pertemuan yang menampung 300 orang. Dalam hal ini *also* juga merupakan kontinuatif karena merupakan penambahan dari klausa sebelumnya yang berhubungan dengan konteks penutur dalam memberikan isyarat kepada pendengar untuk memulai atau melanjutkan tuturan.

- (19) *Besides that you can also enjoy many kinds of snacks, such as burger, sandwich and soft drinks.* (kl 14, teks PA)

*Besides that* pada contoh (19) secara grammatikal tidak ada dalam Bahasa Inggris. Tetapi dalam brosur Puri Asri Hotel Magelang muncul klausa tersebut. Yang seharusnya *besides* atau *that* saja misalnya *Besides you can also enjoy many kinds of snacks, such as burger, sandwich and soft drinks*. Kalimat tersebut merupakan informasi tambahan dari kalimat sebelumnya yaitu *You can enjoy a very relax atmosphere and have a talk*



*with your family or business connections on a swimming pool area, besides that you can also enjoy many kinds of snacks, such as burger, sandwich and soft drinks*

Jenis konjungtif tambahan yang digunakan dalam penelitian diatas adalah *in addition, another, additional, also* dan *besides* merupakan unsur pertama klausa dan dapat ditematisasikan. Konjungtif tersebut sebagai tema tekstual yang mempunyai arti “dan” (and) yang memberikan informasi tambahan.

### C. Tema Interpersonal

Tema Interpersonal merupakan interaksi antar penutur atau posisi yang dibawa. Yang termasuk tema Interpersonal adalah *modal adjunct, vokatif, finit, atau unsur Wh-*. Penelitian ini ditemukan hanya beberapa brosur yang menggunakan tema Interpersonal yaitu 5 dari 306 klausa. Tema Interpersonal yang digunakan adalah modal adjunct.

Dalam penelitian ini, Tema Interpersonal yang menggunakan *modal adjunct* ditemukan 3 yaitu *seldom, just, dan only*. *Modal adjunct* adalah salah satu jenis tema interpersonal yang berkaitan dengan pertimbangan, komentar atau sikap penutur dengan pesan yang diberikan. Contoh berikut adalah tema interpersonal yang memiliki unsur *modal adjunct* (keterangan).

(20) ... which seldom fails to captivate the visitor ... (kl 14, teks MG)

Kata *seldom* adalah *mood adjunct* sebagai tema Interpersonal sebagai keterangan polaritas dan modalitas yang menunjuk pada kebiasaan atau seberapa sering pengunjung tertarik dengan Yogyakarta. Hal ini mengungkapkan penilaian penutur yang berhubungan dengan pesan disampaikan.

- (21) *Just short distance out of town are Merapi volcano, the tranquil beaches of the Indian Ocean, and the famous Buddhist and Hindu Temples, Borobudur and Prambanan.* (kl 4, teks JP)
- (22) *Just 30 minutes away from the hotel's front door, you will find new adventure destination mountain bike, trekking at the Merapi Volcano or playing golf at slope of Merapi.* (kl 17, teks JP)

Klausa *just* merupakan *modal adjunct* yang menunjukkan waktu atau intensitas waktu yang ditempuh Jogjakarta Plaza hotel ke tempat yang akan dituju. *Just* dan *only* mengungkapkan penilaian penutur dengan pesan yang disampaikan. Karena terletak diawal klausa maka dapat ditematisasikan.

- (23) *the hotel sure you will find accommodations more than satisfying.*  
(kl 8, teks PJ)

Kata *sure* tersebut merupakan *mood adjunct* dengan menunjukkan kejelasan atau keyakinan pengelola tentang hotel Patra Jasa yang memberikan kepuasan akomodasi. *Sure* juga merupakan pendapat pembicara tentang pesan yang diberikan.

Penjelasan dari klausa-klausa tersebut menunjukkan tema Interpersonal. Hal ini dapat disimpulkan bahwa brosur perhotelan juga berinteraksi dengan pembaca juga memberikan ungkapan dari penilaian atau pendapat penulis brosur yang berhubungan dengan pesan.

#### **D. Tema Gabungan**

Klausa sebagai pesan memiliki dua struktur bagian yang terdiri atas tema dan rema. Tema adalah label sederhana yang digunakan untuk memberikan makna yang terdapat di posisi awal klausa. Unsur pertama yang mendasari tema merupakan perkiraan awal yang telah dibuat lebih tepat. Tema diperluas dari awal klausa sampai unsur pertama yang memiliki fungsi transitivitas. Unsur ini disebut tema topikal. Maka dapat dikatakan bahwa tema klausa terdiri dari tema topikal bergabung dengan tema lain yang berada sebelumnya. Tema mengandung hanya satu unsur eksperiensial. Hal ini didahului oleh unsur tema lain yang terdiri atas tema tekstual dan/atau interpersonal yang merupakan bagian dari tema. Susunan yang paling utama adalah tekstual ^ interpersonal ^ eksperiensial. Dalam kasus apapun unsur eksperiensial (tema topikal) berada di akhir dan setelah itu merupakan bagian dari rema. Berikut ini contoh tema gabungan yang terdapat dalam brosur hotel bintang 4 dan 5 di daerah Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta.

- (1) *But for a different hotel experience come to the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia which is one of the mostly visited 5 Star Hotels in Yogyakarta.* (kl 4, teks HR)

- (2) *After a heictic day you can relax with friends in the Paseban Lounge or the Panorama Teras in the hotel rooftop with uninterrupted views of Mount Merapi and Seribu.* (kl 30, teks HR)
- (3) *Just short distance out of town are Merapi volcano, the tranquil beaches of the Indian Ocean, and the famous Budhist and Hindu Temples, Borobudur and Prambanan.* (kl 4, teks JP)
- (4) *which seldom fails to captivate the visitor* (kl 14, teks MG)

Tema gabungan pada contoh tersebut menunjukkan berbagai macam unsur kombinasi dari unsur eksperiensial. Tema gabungan memiliki unsur terbatas yang mendahului tema eksperiensial dalam tema gabungan. Seperti pada contoh (1), (2), dan (4) menggunakan unsur tekstual dengan menyebutkan kata penghubung seperti *after*, *but* dan *which*. Contoh (1) dan (2) menunjukkan susunan gabungan dari tekstual ^ eksperiensial. Contoh (3) menggabungkan antara Interpersonal ^ eksperiensial. Interpersonal yang digunakan adalah modal adjunct yaitu *seldom* Contoh (4) menggabungkan dari unsur tekstual ^ interpersonal.

Dari semua jenis tema yang ditemukan dapat disimpulkan bahwa tema tak bermarkah dengan berbagai contoh menunjuk sebagai fungsi struktural dari Subjek, pelengkap (*Complement*) dan keterangan yang direalisasikan dalam Mood yaitu sistem yang terdapat dalam klausa pertukaran (*clause as exchange*). Tapi ketika mengakhiri tema, maka harus mengacu pada sistem yang berbeda yaitu transitivitas. Hal ini terdapat pada klausa sebagai penyajian (*clause as a representation*).

Klausa sebagai penyajian merupakan pengalaman seseorang yang berkaitan dengan proses yang sedang berlangsung. Proses yang diterangkan sebagai tatabahasa dibagi menjadi 3 komponen yaitu proses, Partisipan, aktor dan Goal, serta sirkumstansi seperti waktu dan lokasi. Prinsip struktur tema merupakan tema yang terdiri dari satu dan hanya satu dalam unsur eksperiensial. Hal ini berarti bahwa unsur pertama tema klausa diakhiri dengan partisipan, sirkumstansi atau proses. Hal ini mengacu pada unsur eksperiensial dalam tema sebagai tema topikal.



## BAB V

### KOHESI

Bab sebelumnya telah dibahas ide pembuat brosur teks yang membantu pembaca atau pendengar melihat koherensi teks dari maksud yang dinyatakan dengan cara mengorganisir. Tema adalah salah satu cara untuk mempengaruhi struktur klausa. Setelah menggunakan metafungsi tekstual, penulis juga meneliti cara membuat ‘teks’ yaitu dengan membandingkan pengenalan kata atau klausa yang tidak saling berhubungan. Hal ini disebut sebagai kohesi.

Analisis kohesi memperoleh pengertian yang sama pentingnya bagaimana teks memiliki unsur kohesi yang tidak saling berhubungan. Dari 12 brosur hotel yang menjadi data penelitian ini, ditemukan adanya unsur kohesi seperti referen (anaforik dan kataforik), konjungsi dan kohesi leksikal. Berikut unsur-unsur kohesi dalam brosur hotel berbintang.

#### A. Referen

Referen adalah unsur kohesi yang memperkenalkan partisipan dan sirkumstansi atau keadaan dalam teks yang diambil sebagai referen atau titik acuan dari sesuatu yang diikutinya. Dalam brosur hotel, ada Seperti contoh klausa yang digarisbawahi berikut.

- (1) *Perfectly situated in the heart of the city, Hotel Graha Santika is where you want to be for business and relaxation. It is the concept of being taken care of.* (kl 3, teks GS).



- (2) *This ancient city is the capital of the province of Central Java, situated about 500 km from Jakarta.* (kl 16, teks PJ)
- (3) *The province is widely known for its historical buildings, such as the Borobudur temple, and its arts and craft industry, such as the batik industry in Solo.* (kl 17, teks PJ)
- (4) *This elegant boutique hotel has been designed to highlight the cultural heritage of Yogyakarta.* (kl 17, teks MG)

Hanya partisipan *presuming* yang menghasilkan kohesi teks karena adanya saling ketergantungan antara *presuming* dan referen. *Presuming* yang paling umum seperti contoh (2) dan (4) menggunakan kata ganti penunjuk ‘*this*’, sebagai tanda kohesi yang berarti ‘sesuatu yang sudah disebutkan’. Contoh 2 sesuatu yang sudah disebutkan adalah Semarang sedangkan pada contoh 4 menunjuk pada Hotel Grand Mercure. Kata depan ‘*the*’ pada contoh (3) merupakan tanda kohesif netral yang memiliki lingkup luas, dan kata ganti ‘*it*’ (1) merupakan kata ganti yang menunjuk pada klausa sebelumnya yaitu Hotel Graha Santika.

Ketika penulis/penutur menggunakan unsur partisipan *presuming*, pembaca/pendengar mengidentifikasi unsur untuk melihat keseluruhan teks. Seperti pada contoh (1) penulis menggunakan kata ganti (*pronoun*) ‘*it*’, pembaca harus mampu melihat kembali ‘*it*’ mengacu pada sesuatu. Jika referen *presuming* tidak mengacu pada apapun (pembaca tidak dapat menggambarkan ‘*it*’ atau terdapat sejumlah kemungkinan lainnya), interaksi akan mengalami masalah atau dengan kata lain adanya ketidakjelasan dari kata ganti tersebut.

Referen endoforik berfungsi untuk mengidentifikasi unsur referen yang ada di dalam teks. Oleh sebab itu dalam brosur hotel bintang 4 dan 5 di Jawa tengah dan D.I. Yogyakarta.

### 1. Anaforik

Anaforik adalah referen yang nampak di titik awal teks. Pada umumnya anaforik mengacu pada partisipan yang disebutkan dekat dengan klausa (satu atau dua klausa atau kalimat sebelumnya) Seperti contoh berikut yang ditemukan pada brosur hotel.

- (5) *Patra Jasa Hotel Semarang is located on top of the hill at Candi Baru, overlooking the harbour and Ungaran mountain range. It is 20 minutes from the airport and 15 minutes from the shopping centre.* (teks PJ)
- (6) *The city of Yogyakarta is located within the Yogyakarta province. It is well known as a center of classical Javanese fine art and culture such as batik, ballet, drama, music, poetry and puppet shows* (teks HR)

Kata ganti (pronoun) 'it' pada contoh (5) menunjuk pada Patra Jasa Hotel Semarang, sedangkan pada contoh (6) menunjuk pada *The city of Yogyakarta*. Keduanya memperkenalkan klausa sebelumnya. Anaforik pada contoh tersebut mengacu pada partisipan yang memiliki unsur tempat/lokasi yang disebutkan sebelumnya.

## 2. Kataforik

Kataforik merupakan referen yang belum muncul, tapi akan muncul sesudahnya. Tanda ini memiliki unsur referen yang tidak spesifik setelah ada penjelasan lebih lanjut pada teks tersebut. Artikel penunjuk yang digunakan seperti *'this'*, *'that'*, *'these'*, *'those'*. Catatan yang lain seperti *'here'* dan *'there'*, *'now'* dan *'then'* juga termasuk pada kelompok ini. Seperti contoh berikut.

- (7) *Enjoy a dip on our swimming pool or work out in our well equipped fitness center. Then indulge yourself in our SPA offering therapeutic, relaxing and rejuvenating experiences using natural products to enhance well being and reduce stress.* (teks MG)
- (8) *There are hosts of Hotels in Yogyakarta in Indonesia to accommodate heavy inflow of foreign visitors* (teks HR)

Pada contoh tersebut menggunakan artikel penunjuk *'then'* dan *'there'*. *'then'* menunjuk pada lokasi berhubungan dengan waktu dan mengacu pada eksoforik, sedangkan *'there'* berarti salah satu unsur anaforik yang mengacu tempat atau lokasi yang telah disebutkan yaitu Hotel Hyatt Regency.

Salah satu penggunaan *'this'* digunakan secara terpisah karena memiliki peran yang penting dalam mengorganisasi teks terutama di register yang lebih formal. *'This'* (dalam bentuk jamak *'these'*) sering digunakan untuk mengacu secara keseluruhan dalam memperluas teks. *'This'* kadang-kadang digunakan sendiri atau terpisah namun juga ada

yang nampak dengan kata benda mencakup keseluruhan klausa yang telah disebutkan atau dikatakan. Seperti pada contoh berikut.

- (9) *This is very appropriate to enjoy many Chinese menus, such as fried pigeon, Hong Kong soup, ‘kailan sapi’, ‘Udang Gulung Ham’ and many more.* (teks PA)
- (10) *As this city is visited by large number of foreign visitors* (teks HR)

Contoh (9) dan (10) menggunakan artikel ‘*this*’ menunjukkan referen presumed, tapi pembaca segera menunjuk pada klausa selanjutnya atau sebelumnya. Pada contoh (9) ‘*this*’ menunjuk pada restoran Apung yang terdapat di hotel Puri Asri dan contoh (10) menunjuk kota Yogyakarta. Kedua artikel ‘*this*’ ini sebagai tanda kohesif yang berarti sesuatu yang disebutkan sebelumnya.

- (11) *But for a different hotel experience come to the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia which is one of the mostly visited 5 Star Hotels in Yogyakarta.* (teks HR)
- (12) *A fitness centre, a Gajah Mungkur swimming pool, a shopping arcade and indoor parking garage.* (teks SR)
- (13) *The hotel can be conveniently reached from the Yogyakarta International Airport.* (teks HR)
- (14) *The Kemangi Bistro Restaurant which features an open-show kitchen with a wood-burning pizza oven serves breakfast, lunch and dinner.* (teks HR)
- (15) *The Andrawina Restaurant serves the best of Indonesian, Japanese, Chinese and Western cuisine.* (teks HN)

- (16) *Each category's name describes its location or the sweet perfume of the surrounding flora.* (teks LCP)

Unsur 'netral' yang paling banyak dalam brosur hotel adalah kata tunjuk 'the'. Seperti pada contoh (14) dan (15) penggunaan 'the' yang digarisbawahi keduanya berhubungan dengan pengetahuan pembaca yang berhubungan dengan makna secara implisit dalam teks dengan sebutan nama restoran pada contoh (14) menunjuk pada Restoran Kemangi Bistro, sedangkan (15) menunjuk Restoran Andrawina. Kedua unsur artikel 'the' tersebut menunjuk pada restoran yang memiliki unsur referen *presuming* dengan melihat klausa di awal teks. Munculnya tanda 'the' sering diulang dari awal teks yang mungkin tidak jelas dalam pengulangan leksikal. Dalam penelitian ini penggunaan anaforik 'the' berhubungan erat dengan penggunaan eksoforik. Pada contoh (16) kelompok *the sweet perfume of the surrounding flora*, fungsi 'the' berfungsi sebagai bahwa 'penulis memberikan spesifik informasi tentang *sweet perfume* yang dimaksud yaitu terdapat di sekitar taman'. Hal ini berarti makna pertama adalah anaforik dan pusatnya sebagai unsur kohesi. Kadang-kadang pengulangan yang mendasari 'the' diperkuat dengan pengulangan-pengulangan yang dekat dengan kata benda disebut '*second-mention use*'.

Dari semua contoh dan penjelasan dapat disimpulkan bahwa unsur tersebut bertujuan agar pembaca 'tahu apa yang dimaksud, karena telah disebutkan sebelumnya, akan disebutkan atau mengenalnya dari

pengalaman dan pengetahuan pembaca'. Ketiga makna utama itu biasa disebut dengan eksoforik.

### 3. Referen perbandingan (*comparative reference*)

Jenis referen endoforik yang bisa sebagai referen anaforik, kataforik atau esforik berikutnya adalah referen perbandingan (*comparative reference*). Unsur tersebut dapat dilihat kembali bukan karena sudah disebutkan atau akan disebutkan dalam teks melainkan unsur yang dibandingkan telah disebutkan. Seperti yang telah ditemukan pada brosur hotel berikut ini.

- (17) *You will find the Location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta most suitable to reach from the Adisucipto international Airport in Yogyakarta* (teks HR)
- (18) *Massage & Aromatherapy are available for the best relaxation.* (teks HQ)
- (19) *You can taste the finest homemade pastry and bread at the Sun Pastry and Deli shop.* (teks HN)
- (20) *Another option would be to take the Argo Muria, Argo Anggrek or Kamandanu train, which will take approximately six hours.* (teks PJ)

Seperti contoh (17) *most suitable* merupakan unsur referen kohesif perbandingan, lokasi hotel *Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta* sangat dekat dengan bandara Adisucipto dibandingkan dengan hotel-hotel berbintang lainnya. Contoh (18) *the best* merupakan referen perbandingan



yang menunjukkan perbedaan antara *massage* dan *aromatherapy* yang tersedia merupakan fasilitas terbaik untuk bersantai, dan (19) menunjukkan bahwa pengunjung dapat menikmati roti yang paling enak disediakan di Sun Pastry dan Deli shop. Dari contoh tersebut dengan memasukkan perbandingan dua hal yang dibandingkan dan komparatif dengan satu konsep atau kesatuan yang menyiratkan keberadaan konsep atau kesatuan lainnya. Perbandingan juga dapat diperluas yaitu perbandingan yang tidak hanya bentuk adjektif. Seperti pada contoh (20) menggunakan ‘*another*’ yang memiliki arti bahwa ada pilihan lain cara untuk mencapai hotel PJ yaitu dengan kereta api.

#### **B. Penghilangan dan Pergantian (*ellipsis and substitution*)**

Penghilangan dan pergantian yang ditemukan pada brosur adalah sebagai berikut

- (21) *Semarang is only 50 minutes from Jakarta by air travel. Another option would be to take the Argo Muria, Argo Anggrek or Kamandanu train, which will take approximately six hours.* (teks PJ)
- (22) *It is where you can visit neighbouring cultural sites and cities including the Borobudur Temple, the Dieng Plateau, Jepara, Solo, and Yogyakarta- all places where you are always in touch with nature.* (teks GC)
- (23) *Jogjakarta Plaza Hotel is an unique hotel located in the city's university district as an International Resort-style hotel in Jogjakarta.* (teks JP)

Kata *another option* pada contoh (21) merupakan pergantian dari klausa sebelumnya yaitu dengan menggunakan kereta Argo Muria, Argo Anggrek dan Kamandanu dapat mengunjungi Semarang hanya dengan 6 jam perjalanan, sedangkan pada contoh (22) menggunakan *all places* yang merupakan pergantian dari candi Borobudur, dataran tinggi Dieng, Jepara Solo dan Yogyakarta. Sementara itu pada contoh (23) menunjukkan pergantian dari *an unique hotel* dari Jogjakarta Plaza Hotel. Contoh tersebut dapat disimpulkan bahwa daripada mengulang kata atau klausa sebelumnya menggunakan pengulangan tersebut lebih baik yang tidak akan membosankan dalam membacanya.

### C. Konjungsi (*conjunction*)

Pola kohesif dari konjungsi atau hubungan konjungtif menunjukkan bagaimana penulis membuat dan mengekspresikan hubungan logika antar teks. Brosur hotel banyak menggunakan konjungsi struktural, hubungan kausal yang dinyatakan dalam struktur klausa atau klausa hypotactic.

#### 1. Pengembangan (*Elaboration*)

Elaborasi dalam brosur perhotelan ditemukan unsur konjungsi menggunakan *exemplifying*. Penggunaan *exemplifying* yang digunakan adalah *such as, comprises of* seperti pada contoh berikut.

- a) *Kirana Health Club offers you various facilities such as: Cardio Fitness Theater, Gymnasium with Weight Training Circuit, Jogging*

*Track, Swimming Pool, 2 Tennis Courts with night lighting, Saunas, Whirlpool and Massage.* (teks JP)

- b) *In the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia you can choose from the 269 luxurious and elegant guestrooms and guest such as King Room, Twin Room, Deluxe Room, Club Room, Club Twin, Regency Suite King, Regency Executive, Suite and the Presidential Suite.* (teks HR)
- c) *You will feel elated by the hosts of Hotel Amenities and Services at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta which comprises of: Business centre, boutiques and shops, transport to Airport by Limousine, high-speed internet, 2 Restaurants serving Asian, Western and Indonesian delicacies, 2 Bars, 1 Lounge, Health club and spa, outdoor swimming pool, tennis courts, golf course, 1 ballroom, 3 meeting rooms and Outdoor Function Space.* (teks HR)

Dari contoh tersebut dapat dijabarkan bahwa dalam contoh (a), (b) dan (c) menggunakan perluasan dengan memberikan contoh atau *exemplifying* fasilitas yang terdapat pada masing-masing hotel. Seperti pada contoh (a) menjabarkan bahwa hotel Plaza di Yogyakarta memiliki fasilitas kesehatan diberi nama *Kirana health Club* yang meliputi tempat kebugaran, ruang olah raga, kolam renang, 2 lapangan tenis yang memiliki penerangan pada malam hari, sauna, dan massage. Contoh (b) pada hotel Hyatt Regency memberikan jenis ruangan atau kamar tamu yang tersedia. Seperti pada halnya pada contoh (c) memberikan beberapa pelayanan dan fasilitas yang terdapat pada hotel Hyatt regency yang meliputi pusat bisnis, butik dan toko, termasuk transportasi limosin, internet, restoran asia, kolam renang, klub kesehatan dan spa lapangan tenis, lapangan golf, serta ruang pertemuan.

## 2. Perluasan (*Extension*)

Perluasan merupakan klausa yang memberi penejlasan ke klausa lainnya dengan memberikan tambahan yang sederhana misalnya ‘*and*’ dan pergantian yaitu ‘*or*’. Perluasan parataktik biasanya disebut koordiansi yang ditandai oleh ‘*and*’. Pada brosur hotel ditemukan perluasan (*extension*) yang menggunakan penambahan (*addition*) dan adversatif (*adversative*), seperti pada contoh berikut.

- d) *Take advantage of 24-hour room service, or visit the Kafe Segara, for your choice of Indonesian, Chinese, or European food.* (teks GS)
- e) *In addition, the nice interior decoration also make the place a perfect choice to spend your holiday or serve your business purpose.* (teks PJ)
- f) *Additional services include batik shop, souvenir shop, travel agent, money changer, drugstore and news stand.* (teks SJ)
- g) *Also on this floor are 3 meeting rooms for functions of up to 300 persons.* (teks HN)
- h) *They are all located on the hilltop in the middle of the plantation and are all reconstructed from original Javanese Limasans, Joglos or Kudus houses.*(teks LCP)
- i) *But for a different hotel experience come to the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia which is one of the mostly visited 5 Star Hotels in Yogyakarta.* (teks HR)

Contoh (d) merupakan variasi alternative yang menggunakan *or* karena menunjukkan pilihan antara adanya pelayanan kamar 24 jam atau mengunjungi kafe yang memiliki pilihan jenis makanan yang tersedia. Pada

contoh (e), (f), (g), dan (h) yaitu *in addition*, *additional*, *also* dan *and* menunjukkan perluasan yang positif dengan memberikan beberapa informasi tentang dekorasi di setiap ruangan yang tersedia di hotel Patra Jasa yang bertujuan untuk menghabiskan liburan atau untuk tujuan bisnis dari klausa sebelumnya dengan memberikan akomodasi untuk kepuasan pengunjung. Sedangkan pada contoh (f) hotel Santika Jogja memberikan layanan tambahan yang terdapat di hotel tersebut yaitu adanya pertokoan yang tersedia selain fasilitas bisnis yang lain. Begitu juga contoh (g) hotel novotel menjelaskan informasi bahwa di lantai yang sama yaitu kedua ada 3 ruang pertemuan yang berkapasitas 300 orang. Contoh (h) juga merupakan penambahan positif yaitu dengan adanya unsur *and* yang menjelaskan adanya penambahan informasi dari Villa Losari yang menjelaskan tentang lokasi yang terletak di puncak bukit pertengahan perkebunan dan informasi tambahannya adalah Villa yang berbentuk rumah Jawa seperti Limas, Joglo dan Kudus. Perluasan yang lain adalah adversatif yang menggunakan *but* yang menunjukkan adanya pengalaman hotel yang berbeda di Hyatt Regency Yogyakarta Hotel dengan hotel-hotel yang berada di kota tersebut. Hal ini digunakan untuk membandingkan pengalaman yang sangat menarik ketika mengunjungi hotel Hyatt Regency Yogyakarta.

### 3. Peningkatan (*Enhancement*)

Peningkatan (*enhancement*) mengacu pada bagaimana satu klausa dapat memperluas makna lainnya, yang berhubungan dengan dimensi



waktu, perbandingan, sebab, kondisi, dan pemberian. Dalam penelitian ini, yang ditemukan pada brosur hotel berikut ini.

- j) *Enjoy a dip on our swimming pool or work out in our well equipped fitness center. Then indulge yourself in our SPA offering therapeutic, relaxing and rejuvenating experiences using natural products to enhance well being and reduce stress.* (teks MG)
- k) *If you want to stay in 5 Star Hotels in Yogyakarta then come to the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia.* (teks HR)

Contoh (j) *then* merupakan peningkatan dari klausa sebelumnya menunjukkan pembagian kegiatan yang ditawarkan oleh hotel Mercure Grand yaitu dengan menikmati kolam renang atau melatih kebugaran, dilanjutkan dengan memanjakan di SPA yang menawarkan terapi menggunakan produk alami mengurangi stres. Sedangkan pada contoh (k) *then* yang digunakan adalah *causal-conditional* yang umum (*general*) karena menggunakan *if* di awal klausa dengan menambahkan kata *then*. Hotel Hyatt Regency tersebut menunjukkan bahwa jika mau menginap di hotel bintang 5 Yogyakarta, datanglah di hotel Hyatt Regency.

#### D. Kohesi Leksikal

Kohesi leksikal dibentuk langsung dari teks oleh pilihan kata. Hal ini menunjukkan unsur pengulangan kata (*repetition*) atau pilihan kata yang



berhubungan dengan yang berhubungan dengan teks secara konsisten. Hotel bintang 4 dan 5 juga ditemukan kohesi leksikal yang di bahas berikut ini.

**1) Klasifikasi (*clasification*).** Klasifikasi yang ditemukan dalam brosur hotel meliputi;

**a) Co-hiponimi (*co-hyponymy*):**

- (1) *To accommodate foreign visitors there are ample inns, lodges and Hotels in Yogyakarta in Indonesia catering to various budgets.* (teks HR)
- (2) *It is the most popular place for receptions, conferences and meetings of all kinds.* (teks GS)

Ketiga unsur yang meliputi *ample inns, lodges, and hotels* dalam klausa contoh (1) merupakan kelompok superordinat dari tempat penginapan. Seperti halnya pada contoh (1), contoh (2) pun demikian memiliki arti dari pertemuan.

**b) Class/sub-class:**

- (3) *The adjacent fitness center or sauna, staffed with experts, are ready to keep you fit and trim.* (teks GS)
- (4) *In term of size and population, Semarang falls under the five major cities in the nation.* (teks PJ)

Contoh (3) class/sub-class berhubungan dengan unsur superordinat ke hiponim yaitu dari *fit and trim* dari *fitness*. Sama halnya pada contoh (4) *semarang* merupakan hiponim dari *cities*.

**c) Kontras (*contrast*)**

Kontras atau antonim merupakan dua bentuk yang berlainan makna. Seperti yang ditemukan pada brosur hotel berikut.

- (5) *It is situated on Java's flat northern coast and appropriately called the capital of Central Java as it lies halfway between the two extreme east and west coast of the island.* (teks PJ)
- (6) *Find exiting food and beverage outlets that cater to both local and foreign palates.* (teks MG)
- (7) *Its veranda serves as the perfect place to view the glorious sunrises and sunsets.* (teks LCP)

Contoh klausa yang digarisbawahi merupakan antonim, contoh (5) pada hotel Patra Jasa menggunakan *east* yang berlainan makna dengan *west*, juga seperti pada contoh (6) yang memakai *food* yang merupakan antonim dari *beverage* dan contoh (7) pun memiliki arti yang berbeda antara *sunrises* dan *sunsets*

**d) Persamaan (*similarity*)**

**1. Pengulangan (*Repetition*)**

Bentuk langsung kohesi leksikal pengulangan yang berhubungan dengan unsur leksikal seperti pada contoh *the province* dalam klausa berikut.

- (8) *This ancient city is the capital of the province of central java, situated about 500 km from Jakarta. The province is widely known for its historical buildings.* (teks PJ)
- (9) *Novotel Solo is a 4 star hotel catering to both business and leisure travellers. The hotel offers good value and consistent quality with modern stylish rooms and comprehensive business facilities in a relaxing environment.* (teks HN)

Pengulangan pada contoh (8) *the province* digunakan pada klausa sebelumnya dan diulangi lagi pada klausa berikutnya, sedangkan pada contoh (9) *Novotel solo* digunakan pada klausa sebelumnya dan diulangi lagi pada klausa berikutnya yaitu dengan menggunakan *the hotel*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *the hotel* menunjuk pada hotel yang mana dengan menggunakan referensial *the* dan satu leksikal *hotel*.

## 2. Sinonim (Synonymy)

Sinonim adalah unsur leksikal yang memiliki pilihan kata yang berhubungan dengan unsur leksikal dengan kata sebelumnya. Seperti yang telah ditemukan dalam brosur hotel.

- (10) *It is well known as a center of classical Javanese fine art and culture such as batik, ballet, drama, music, poetry and puppet shows.* (teks HR)
- (11) *Located within the Yogyakarta province the city of Yogyakarta is famous for classical Javanese fine art and culture such as batik, ballet, drama, music, poetry and puppet shows.* (teks HR)

- (12) *The Kemangi Bistro Restaurant which features an open-show kitchen with a wood-burning pizza oven serves breakfast, lunch and dinner.* (teks HR)
- (13) *Restaurant Cemara Teras features typical Indonesian cuisine in a cozy outdoor setting.* (teks HR)

Pada contoh (10) dan (11) merupakan sinonim dari kata *well known* dan *famous* yang memiliki arti yang sama yaitu terkenal. Sedangkan contoh (12) dan (13) *kitchen* dan *cuisine* juga memiliki arti yang sama yaitu dapur. Adanya contoh sinonim tersebut bahkan tidak ada hubungan yang memiliki petunjuk tertentu tetapi masih memiliki kohesi.

## 2) Komposisi (*composition*)

Dalam komposisi hanya ditemukan subjenis saja yaitu meronimi (*meronymy*) yaitu sebagai berikut:

- (14) *This is very appropriate to enjoy many Chinese menus, such as fried pigeon, Hong Kong soup, 'kailan sapi', 'Udang Gulung Ham' and many more.* (teks PA)
- (15) *Besides that you can also enjoy many kinds of snacks, such as burger, sandwich and soft drinks.* (teks PA)

Dari contoh (14) merupakan meronimi yang memiliki menu makanan China seperti *fried pigeon*, *Hong Kong soup*, *'kailan sapi'*, *'Udang Gulung Ham'*. Pada contoh (15) burger, sandwich dan minuman ringan merupakan meronimi dari makanan kecil.

## BAB VI

### PENGEMBANGAN TEMA

Informasi yang mengalir dari klausa tema ke rema sangat rumit dalam mendapatkan keefektifan pesan berkomunikasi. Pertukaran informasi antara tema dan rema yang dipasangkan dalam teks biasa disebut pengembangan tema (*Thematic Progression*) (Eggins, 1994). Peran pengembangan tema untuk mengembangkan kekohesian teks yaitu kohesi teks dengan memberikan informasi antara *Given* dan *New* yang mengikuti pola tertentu.

Dari pola pengembangan tema, penulis dapat melihat bahwa pengembangan tema brosur yang ditulis bervariasi. Hal yang sangat penting dalam pengembangan tema adalah kontribusi tema dalam kohesi dan koherensi teks yaitu mengetahui bagaimana unsur tema berhubungan satu dengan yang lainnya. Dengan demikian pengembangan tema berfungsi untuk menciptakan kohesi dalam suatu teks tertulis.

Berdasarkan data yang diperoleh, penulis menemukan bahwa klausa pada brosur perhotelan tidak mengikuti pola pengembangan tema tertentu atau tunggal dalam membangun teks brosur. Dengan kata lain, mereka menggunakan pengembangan tema berbeda dalam membangun suatu teks. Dalam brosur hotel pola yang ada tidak digunakan dalam teks secara utuh, tetapi hanya beberapa klausa saja. Misalnya klausa dalam rema sebelumnya menggunakan pola lain sebagai tema klausa berikutnya. Tiga pola pengembangan tema yang terdapat dalam brosur hotel adalah pola tema re-

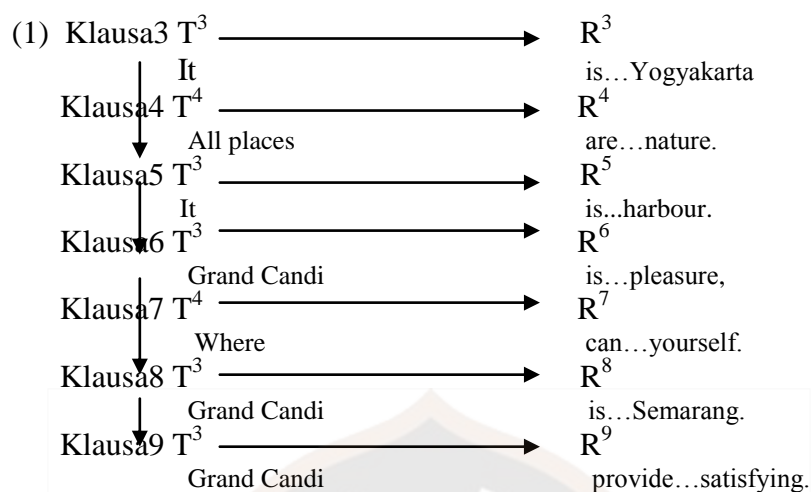
iteration, pola zig-zag, dan pola multiple. Selain ketiga pola pengembangan tema tersebut ditemukan juga pola lain yaitu pola yang menunjukkan bahwa antara tema dan rema tidak ada yang dikembangkan atau adanya rema kosong. Berikut ini adalah hasil pengembangan tema yang terdapat dalam brosur hotel.

#### A. Pola tema Re-Iteration/Konstan

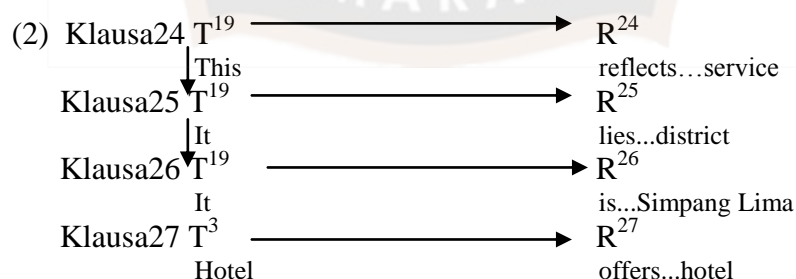
Pengembangan tema re-iteration/konstan merupakan salah satu cara yang paling mendasar dalam teks. Teks yang difokuskan adalah kohesi. Kohesi leksikal dan pengulangan (*repetition*) paling efektif dalam menciptakan kohesi. Partisipan atau subjek yang sama dibuat oleh tema secara teratur agar memberikan teks dengan jelas. Jenis pola tema ini memberikan unsur sama yang muncul secara teratur sebagai tema dalam brosur hotel. Brosur hotel menggunakan pola tema re-iteration sebanyak 53 klausa. Tema yang dipilih menggunakan beberapa klausa atau kalimat. Dalam pola re-iteration menggunakan kata ganti yang menggantikan tema sebelumnya.

Brosur hotel memberikan deskripsi yang ditandai oleh pola re-iteration supaya memperoleh teks yang statis. Penggunaan pola konstan sangat umum dalam penggunaan teks brosur. Seperti brosur perhotelan yang ditemukan adanya penggunaan kata ganti dan definit pronoun dalam pemilihan tema. Misalnya brosur hotel Grand Candi menggunakan pengulangan *it* sebagai tema yang membicarakan *Grand Candi Hotel*. Dinamik tema cenderung memiliki perubahan yang cepat meskipun terbatas.





Tema re-iteration bertujuan untuk memberikan konsistensi dan kompleksitas dalam teks yang lebih besar seperti pada brosur Hotel Graha Santika. *'The hotel'* menjadi tema di hampir setiap klausa pada teks dan banyak menggunakan kata benda. Misalnya *'The hotel'* dibuat sebagai tema dengan memperkenalkan unsur lain seperti *This contemporary style hotel*, dan *Hotel Graha Santika*. Hal ini memiliki efek dalam tema topikal pada teks dengan menghindari pengulangan yang sederhana. Seperti yang ditunjukkan pada contoh berikut.

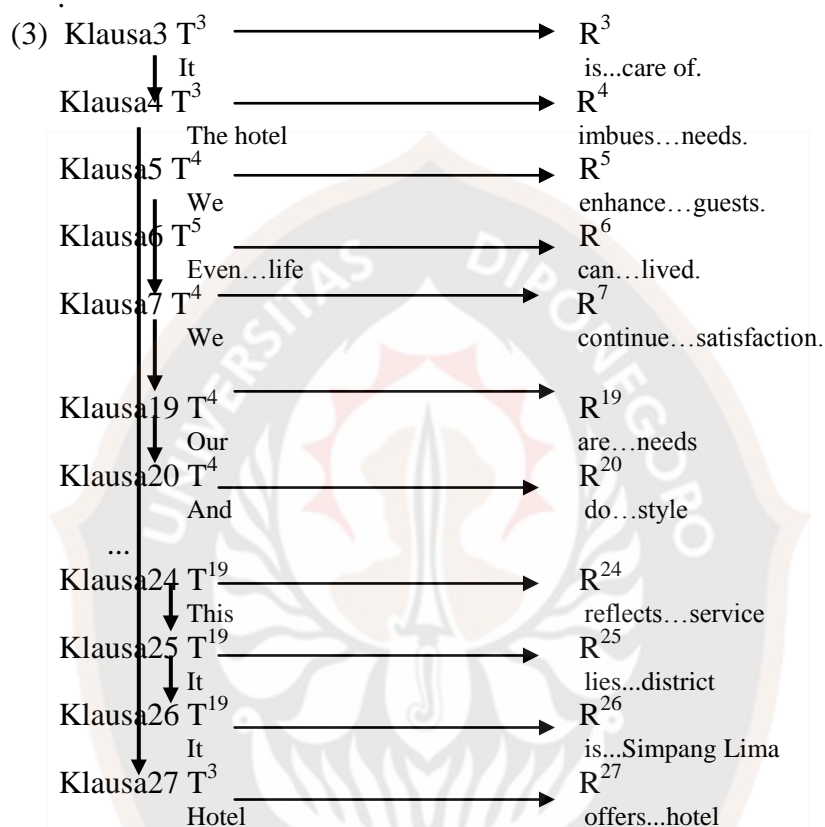


(Kl 24) *This contemporary style hotel This contemporary style hotel.*

(Kl 25) *It lies also within easy access to Semarang's business district.*

(Kl 26) *It is also within minutes of the famous downtown district of Simpang Lima.*

(Kl 27) *Hotel Graha Santika offers all you would expect from a 4-star hotel.*

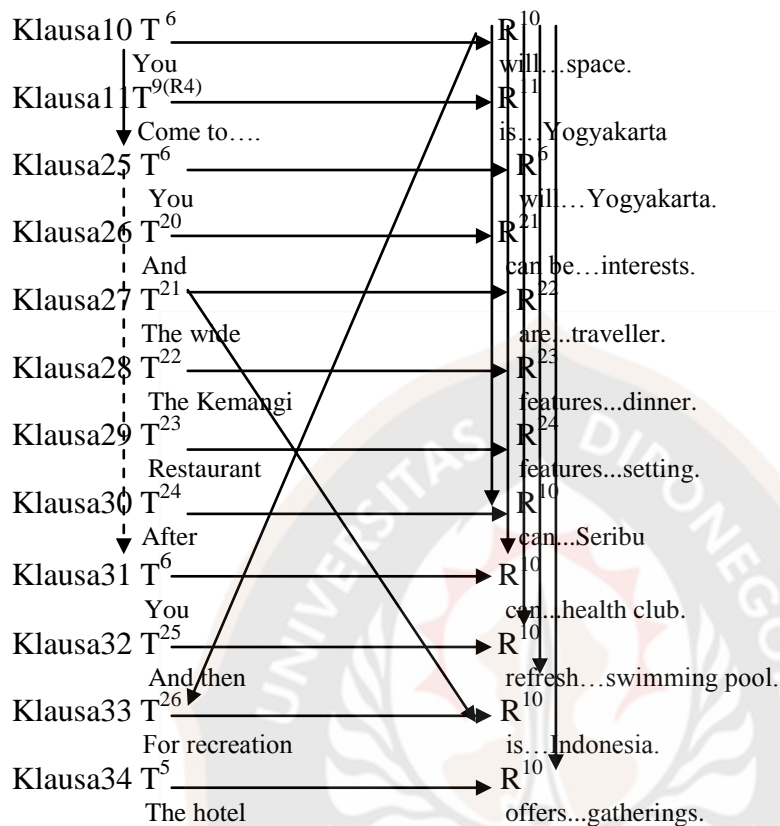


Dalam analisis pengembangan Tema dan Rema pada Hotel Graha Santika pola re-iteration terdapat pada klausa 3, 4, 5, 7, 19, 20, 24, 25, 26, 27. Kalimat atau klausa dimulai dengan tema. Hal ini sangat membantu penulis untuk mengkomunikasikan idenya dengan baik misalnya klausa 3 pada Tema 3 menggunakan kata ganti 'it' yang menunjukkan pengulangan *the hotel* dari Hotel Graha Santika pada klausa 4 dan 27. Sedangkan klausa 24, 25, 26 pada tema 19 *this contemporary style hotel* merupakan pengulangan kata ganti 'it' yang menunjuk dari klausa sebelumnya. Klausa 17 *Our convention and*

*meeting rooms* diulang dengan menggunakan kata ganti *it* juga pada tema klausa berikutnya. Ditambah lagi pada klausa 5 Tema 4 *staff* yang menggunakan kata ganti *we* pada klausa 7, 19 dan 20. Pengembangan Tema dan Rema pada teks GS menggunakan pola konstan dimana tema klausa sebelumnya dengan berikutnya sama. Teks ini menggunakan kata ganti *it* pada tema sebanyak tiga kali yang merupakan kata ganti *the hotel* dan *we* muncul tiga kali yang menggantikan *our staff*, sedangkan kata ganti dari *meeting room* hanya 1 (satu) kali. Oleh sebab itu dinamik tema cenderung memiliki perubahan yang cepat meskipun perubahan tersebut terbatas. Dengan menggunakan pengembangan tema dan pemilihan tema dapat menciptakan kohesi dalam suatu teks tertulis.

Teks yang memiliki variasi tema tidak akan membosankan untuk dibaca atau didengar tetapi ditunjukkan bahwa teks tersebut tidak melenceng dari topiknya. Jika tema adalah awal dari klausa, maka tema berarti selalu berada ditempat sama. Sedangkan informasi baru yang diperkenalkan di rema tidak diikuti oleh apapun. Penggunaan yang kompleks ini terdapat pada teks HR. Seperti yang bisa dilihat Rema 10 memiliki banyak informasi untuk dikembangkan menjadi tema, tetapi dalam brosur HR informasi yang sama terdapat pada rema 31, 32, 33, dan 34.

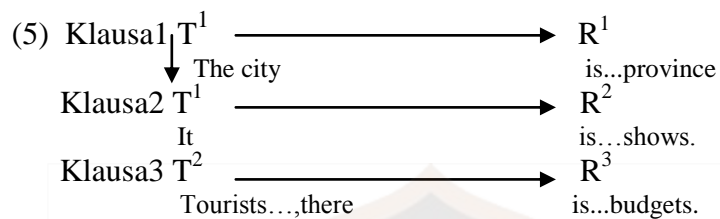
(4)



Brosur tersebut memberikan banyak pengulangan di Rema 10 dengan memberikan informasi yang sangat banyak tentang kenyamanan hotel dan layanan yang diberikan. Pengulangan informasi tersebut terdapat pada Tema 21, 26, 27 dan pada Rema itu sendiri yaitu Rema klausa 30, 31, 32, 33, dan 34. Pengulangan Rema bertujuan untuk menunjukkan titik pemasaran atau layanan bahwa layanan dan kenyamanan yang diberikan sangat penting untuk pengunjung.

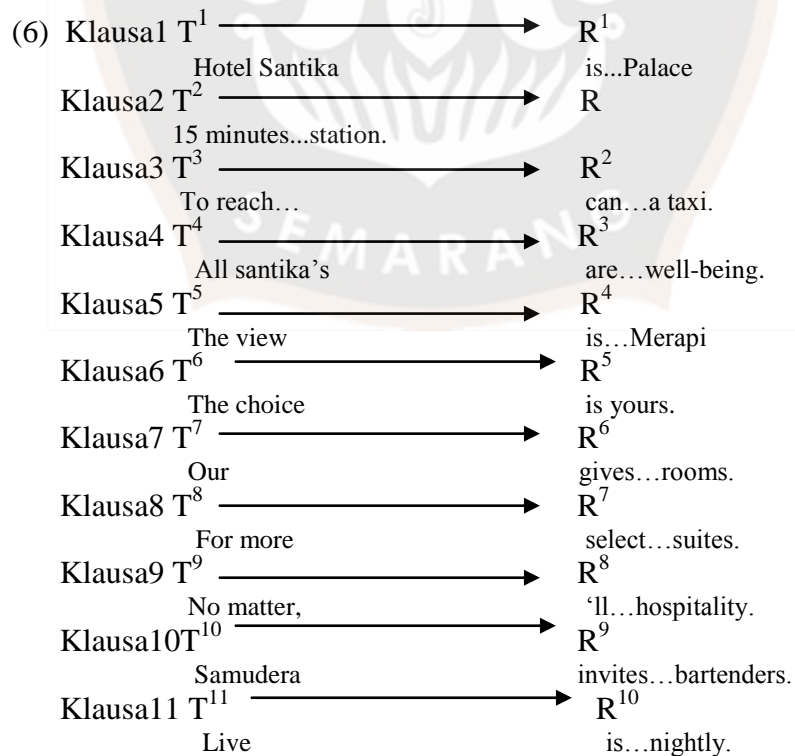
Juga pada teks 7, klausa 1 dan klausa 2 menyatakan tema yang sama, tapi dalam klausa ini menggunakan kata ganti *it*, sementara klausa berikutnya diperluas dengan adanya pergeseran pada tema. Pergeseran tema tersebut

dapat dibuat secara kebetulan dengan tema baru yang bukan berasal dari teks atau secara kohesif.



Jika tema merupakan awal keberangkatan sebuah kalimat atau klausa maka tema berarti akan selalu berada di tempat yang sama, tetapi informasi baru yang diperkenalkan di rema tidak diikuti ke tema. Seperti pada contoh brosur SJ berikut ini.

### Hotel SJ



Klausa12 T <sup>12</sup>	→	R <sup>11</sup>
Pandan		offers...service.
Klausa13 T <sup>13</sup>	→	R <sup>12</sup>
For your		provide...cuisine.
Klausa14 T <sup>14</sup>	→	R <sup>13</sup>
If...you		prefer...breeze.
Klausa15 T <sup>15</sup>	→	R <sup>14</sup>
You		can... the day.
Klausa16 T <sup>16</sup>	→	R <sup>15</sup>
Our		are...meetings.
Klausa17 T <sup>17</sup>	→	R <sup>16</sup>
Business		will...centre.
Klausa18 T <sup>18</sup>	→	R <sup>17</sup>
Word		are...disposal.
Klausa19 T <sup>19</sup>	→	R <sup>18</sup>
Internet		is...area.
Klausa20 T <sup>20</sup>	→	R <sup>19</sup>
Additional		include...stand.
Klausa21 T <sup>21</sup>	→	R <sup>20</sup>
To stay fit		join...classes
Klausa22 T <sup>22</sup>	→	R <sup>21</sup>
Fitness		are...circuit.
Klausa23 T <sup>23</sup>	→	R <sup>22</sup>
Take		a sauna ...workout.
Klausa24 T <sup>24</sup>	→	R <sup>23</sup>
Take		a cool dip...time.
Klausa25 T <sup>25</sup>	→	R <sup>24</sup>
Enjoy		fresh...meals.
Klausa26 T <sup>26</sup>	→	R <sup>25</sup>
The four		is...city

Dari contoh brosur hotel SJ dapat dilihat bahwa tidak ada pola tema re-iteration/konstan. Hal ini menyebabkan tidak adanya pengembangan rema yang terdapat dalam tema. Informasi baru yang diperkenalkan di rema tidak dikembangkan di tema. Hal ini dijelaskan adanya penggunaan kata benda yang kompleks yang terdapat di tema dan adanya kata kerja sebagai subjek seperti pada klausa 23, 24, dan 25.

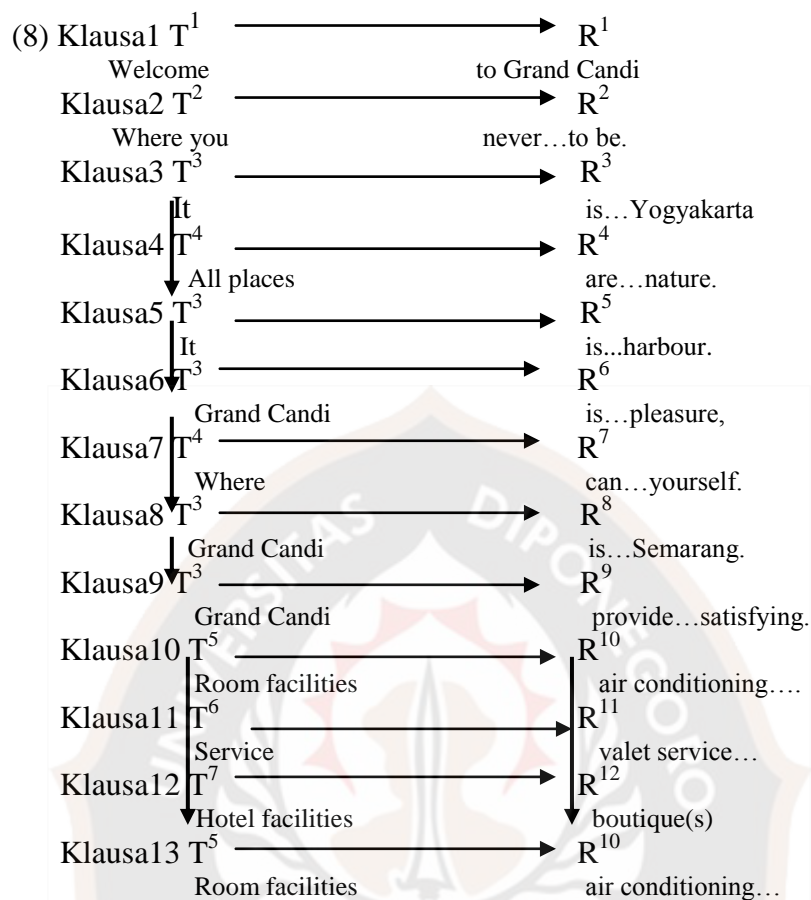
Selain kata ganti juga terdapat personal pronoun 'you'. Kata ganti (*Pronoun*) 'you' pada brosur hotel menunjuk pada pembaca. Brosur Hr banyak menggunakan kata ganti orang 'you'



(7) Klausur 7	T <sup>6</sup>	→	R <sup>7</sup>
	<b>You</b>		can...hotel.
Klausur 8	T <sup>7</sup>	→	R <sup>8</sup>
	In the Hyatt		can...suite.
Klausur 9	T <sup>8</sup>	→	R <sup>9</sup>
	The room		incorporates...newspaper.
Klausur 10	T <sup>6</sup>	→	R <sup>10</sup>
	<b>You</b>		will...space.
Klausur 11	T <sup>9(R4)</sup>	→	R <sup>11</sup>
	Come to....		is...Yogyakarta
Klausur 12	T <sup>10</sup>	→	R <sup>12</sup>
	There		are...visitors.
Klausur 13	T <sup>11</sup>	→	R <sup>2</sup>
	Who		comes...puppet shows.
Klausur 14	T <sup>6</sup>	→	R <sup>13</sup>
	<b>You</b>		will...Yogyakarta.
Klausur 15	T <sup>12</sup>	→	R <sup>14</sup>
	After		are...Indonesia.
Klausur 16	T <sup>13</sup>	→	R <sup>8</sup>
	The 5 star		comprises...suite.
Klausur 17	T <sup>14</sup>	→	R <sup>15</sup>
	The excellent		will...comfort.
Klausur 18	T <sup>15</sup>	→	R <sup>16</sup>
	but will		make...monarch.
Klausur 19	T <sup>6</sup>	→	R <sup>9</sup>
	<b>You</b>		will...Indonesia.
Klausur 20	T <sup>16</sup>	→	R <sup>17</sup>
	The King		comes...service
Klausur 21	T <sup>17</sup>	→	R <sup>18</sup>
	The Presidential		offer...extras
Klausur 22	T <sup>18</sup>	→	R <sup>19</sup>
	To spend		is...destination.
Klausur 23	T <sup>19</sup>	→	R <sup>3</sup>
	To accommodate		are...budgets.
Klausur 24	T <sup>13</sup>	→	R <sup>20</sup>
	Out of many		attracts...year.
Klausur 25	T <sup>6</sup>	→	R <sup>6</sup>
	<b>You</b>		will...Yogyakarta.
Klausur 26	T <sup>20</sup>	→	R <sup>21</sup>
	And		can be...interests.
Klausur 27	T <sup>21</sup>	→	R <sup>22</sup>
	The wide		are...traveller.
Klausur 28	T <sup>22</sup>	→	R <sup>23</sup>
	The Kemangi		features...dinner.
Klausur 29	T <sup>23</sup>	→	R <sup>24</sup>
	Restaurant		features...setting.
Klausur 30	T <sup>24</sup>	→	R <sup>10</sup>
	After		can...Seribu
Klausur 31	T <sup>6</sup>	→	R <sup>10</sup>
	<b>You</b>		can...health club.

Klausa32	T <sup>25</sup>	→	R <sup>10</sup>
	And then		refresh...swimming pool.
Klausa33	T <sup>26</sup>	→	R <sup>10</sup>
	For recreation		is...Indonesia.
Klausa34	T <sup>5</sup>	→	R <sup>10</sup>
	The hotel		offers...gatherings.
Klausa35	T <sup>27</sup>	→	R <sup>9</sup>
	Other hotel		includes...bathrobes.
Klausa36	T <sup>28</sup>	→	R <sup>2</sup>
	Located		is...shows.
Klausa37	T <sup>29</sup>	→	R <sup>25</sup>
	As this city		is...visitors
Klausa38	T <sup>6</sup>	→	R <sup>3</sup>
	<b>You</b>		will...budgets.
Klausa39	T <sup>30</sup>	→	R <sup>26</sup>
	If <b>you</b>		want...Yogyakarta.
Klausa40	T <sup>31</sup>	→	R <sup>4</sup>
	Then		come...Indonesia.
Klausa41	T <sup>32</sup>	→	R <sup>27</sup>
	Which		is...tourists.
Klausa42	T <sup>6</sup>	→	R <sup>5</sup>
	<b>You</b>		will...Yogyakarta.
Klausa43	T <sup>6</sup>	→	R <sup>14</sup>
	<b>You</b>		can...Yogyakarta.
Klausa44	T <sup>33</sup>	→	R <sup>15</sup>
	After		enjoying...Yogyakarta.
Klausa45	T <sup>6</sup>	→	R <sup>7</sup>
	<b>You</b>		can...pane.
Klausa46	T <sup>5</sup>	→	R <sup>28</sup>
	The location		is...travellers.
Klausa47	T <sup>34</sup>	→	R <sup>29</sup>
	Reaching		is...basis.
Klausa48	T <sup>6</sup>	→	R <sup>30</sup>
	<b>You</b>		can...interest.

Dari contoh tersebut dapat dilihat bahwa kata ganti 'you' digunakan dalam brosur hotel HR. Pengulangan *you* sebagai tema cenderung berfungsi sebagai penekanan untuk pembaca yang diberikan oleh pengelola hotel. Hal ini menunjukkan kepada pembaca yang akan menikmati fasilitas yang didapatkan jika berada di Hyatt Regency Hotel Yogyakarta.



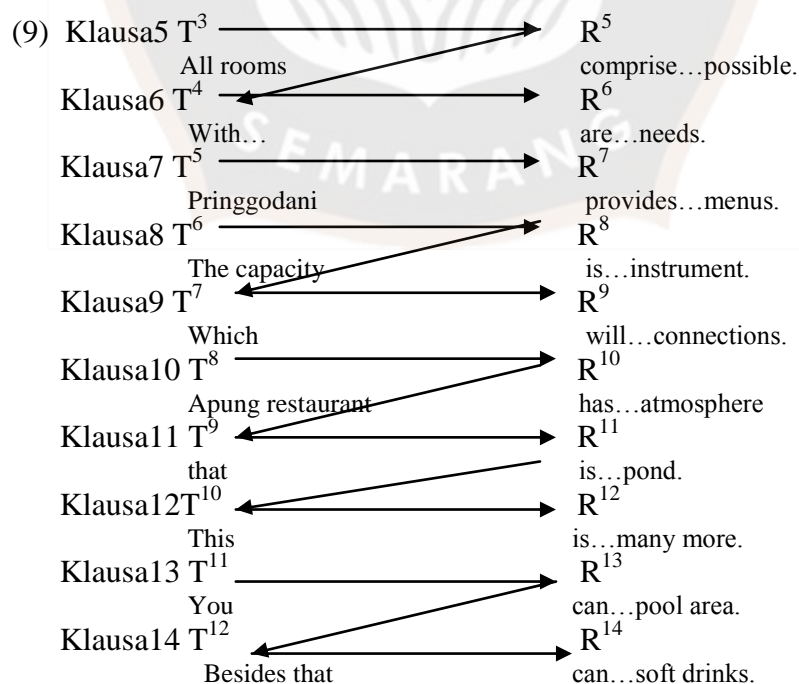
Teks GC memiliki 13 klausa dan 5 pola re-iteration/konstan di mana tema yang sama dipilih beberapa klausa di tema berikutnya. Brosur Hotel Grand Candi menggunakan ‘Grand Candi’ yang ditempatkan pada tema. Pola tersebut terdapat di klausa 3, 6, 8, 9. Hal ini menunjukkan seperti membaca daftar menu. Serta adanya persamaan antara klausa 10 dengan klausa 13 di Tema 5 dan Rema 10. Penggunaan pronoun it dalam klausa 3 diulang di klausa 5. Grand Candi pada klausa 6 merupakan bagian dari tema 3 dan diulang lagi pada klausa 8.

Simpulan dari pola tersebut bahwa jika tema klausa di ambil atau diulang klausa berikutnya, biasa disebut dengan pola tema re-

iteration/konstant. Dalam penelitian ini, brosur perhotelan menggunakan beberapa pola re-iteration meskipun hanya digunakan di beberapa teks brosur. Hal ini berarti bahwa hanya beberapa saja yang menggunakan bentuk pola re-iteration/konstan.

### B. Pola Zig-Zag

Pola yang kedua adalah pola zig-zag. Pola ini merupakan unsur yang diperkenalkan di Rema klausa sebelumnya dijadikan tema pada klausa selanjutnya. Dalam memberikan bentuk argumen suatu teks, pola zig-zag digunakan karena memberikan cross-referential yang menghubungkan Rema klausa ke Tema klausa berikutnya. Brosur hotel menggunakan pola zig-zag sebanyak 51 klausa. Hal ini akan memberikan efek dinamis suatu teks. Seperti pada teks 11 yaitu hotel Puri Asri Magelang berikut.



Pola zig-zag digunakan pada teks tersebut memperkenalkan Rema dari pasangan klausa paratactic yaitu pada klausa 8, 9, 10, dan 11 yang menjadi tema pada klausa berikutnya.

(Kl 8) *The capacity of it is for about 160 people with a solo organ instrument*

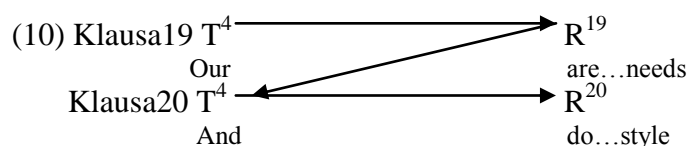
(Kl 9) *which will company you to have dinner with your family or business connections.*

(Kl 10) *This restaurant has a Chinese ethnic nuance with a unique atmosphere,*

(Kl 11) *that is the building is floating on a pond.*

Unsur tema yang digunakan pada contoh tersebut memperkenalkan hubungan klausa paratactic supaya menjadi tema dalam beberapa klausa. Klausa paratactic yang digunakan adalah *which* dan *that*.

Pola zig-zag pada teks GS *Our staff* diperkenalkan pada rema dari pasangan klausa hypotactic yang menjadi tema di beberapa klausa. Seperti contoh berikut.

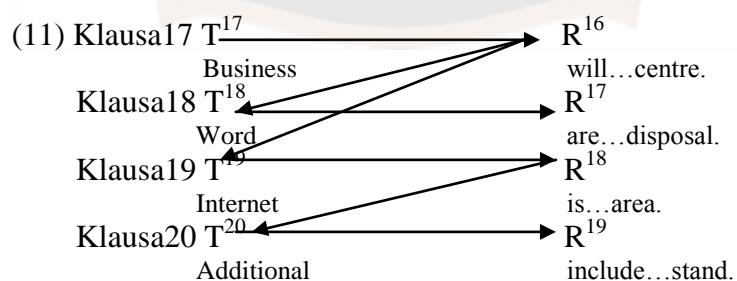


*Our staff are prepared to cater to your needs. And we do it for you in style.*

Dari contoh-contoh tersebut dapat disimpulkan bahwa pola tema zig-zag membentuk kohesi pada teks dengan memberikan informasi baru. Informasi tersebut memberikan arti pengembangan kumulatif pada teks yang memungkinkan tidak muncul dalam pengulangan pola tema atau dengan kata lain dengan membuat tema klausa berikutnya.

### C. Pola Multiple

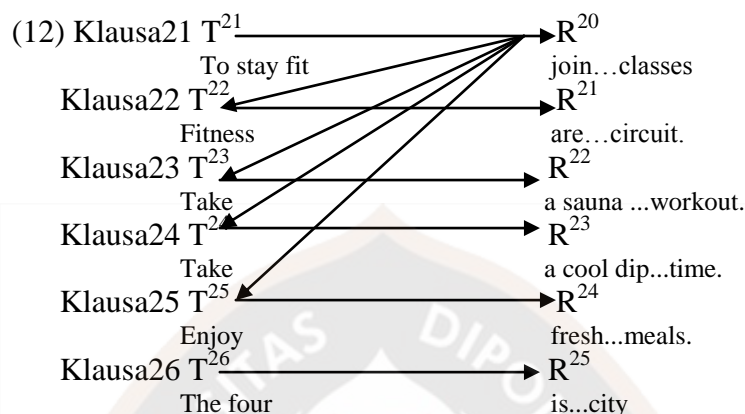
Pola ini ditunjukkan tema satu klausa dengan memperkenalkan sejumlah informasi yang berbeda, dari setiap informasi tersebut diambil dan dijadikan tema klausa berikutnya. Brosur hotel yang ditemukan pada pola multiple (gabungan) sebanyak 18 klausa. Misalnya pengembangan tema pada hotel Santika Jogja klausa 17 memperkenalkan informasi pada rema yaitu *discover the office facilities at our business centre* menjadi tema klausa berikutnya yang memberikan informasi yaitu *Word processing, internet, secretarial service, and facsimile* dan *Internet hotspot using WiFi technology*.



(Kl 17) *Business travellers will discover the office facilities at our business centre.*



(Kl 18) *Word processing, internet, secretarial service, and facsimile are at your disposal.*



(Kl 21) *To stay fit, join our fitness center for use of the complete exercise equipment and aerobic classes.*

(Kl 22) *Fitness instructors are at hand to outline your training circuit.*

(Kl 23) *Take a sauna to complete your workout.*

(Kl 24) *Take a cool dip in our swimming pool during your leisure time.*

(Kl 25) *Enjoy fresh drinks or any choice of light meals.*

Pola multiple pada klausa 21 pada rema memberikan informasi tentang pusat kebugaran yang memiliki peralatan yang lengkap dan kelas aerobik. Yang dijabarkan pada tema selanjutnya yaitu instruktur kesehatan, tempat sauna, kolam renang dengan menikmati minuman segar atau makanan yang beraneka macam.

Contoh lain juga terdapat pada teks LCP. Pola tema multiple yang cukup panjang memberikan penjelasan atau informasi pada tema berikutnya.

Pola multiple ditunjukkan pada kategori villa yaitu villa Plantation, villa Arum, villa Ambar dan Bella Vista.

(Kl 12) *There are **four villa categories**;*

(Kl 13) *each category's name describes its location or the sweet perfume of the surrounding flora.*

(Kl 14) ***Plantation Villas** accommodates up to two people.*

(Kl 15) *Elegant and specious interior enhance the original Javanese old teak wood carved structure furnished with crafted King size bed a wide mosquito netting and nice sitting area.*

(Kl 16) ***Arum Villas** accommodate up to two people.*

(Kl 17) *The specious accommodation is set in picturesque view of hills and mountains.*

(Kl 18) *The architecture and the interior reflect the cultural Javanese heritage and skill of local craftsmen, combined with chic romantic styling and personalised service.*

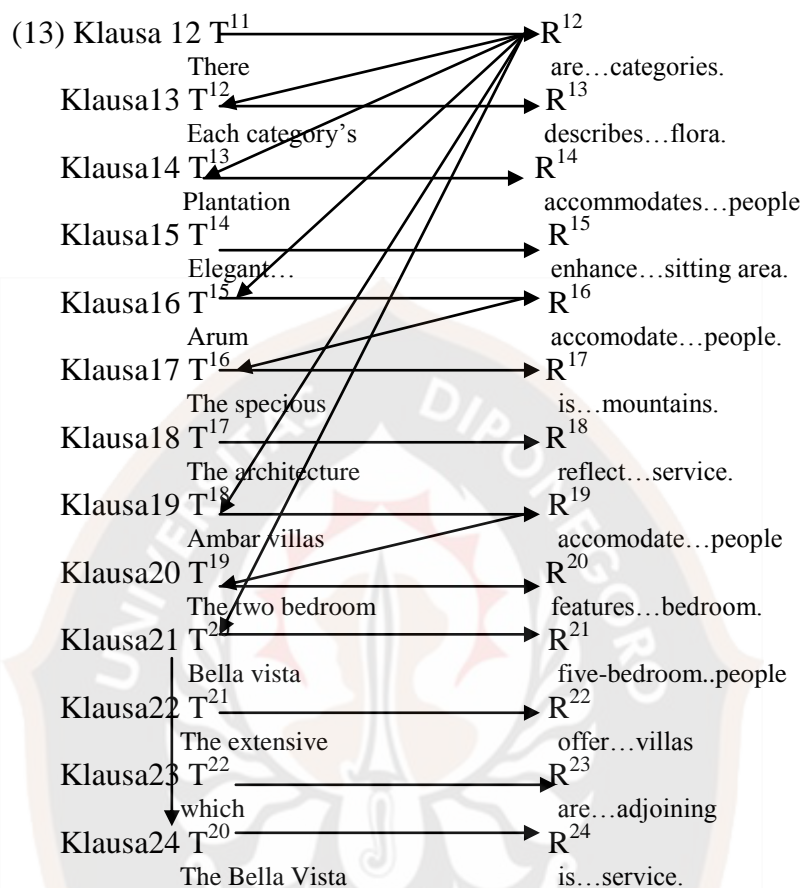
(Kl 19) ***Ambar Villas** accommodates up to 3 people.*

(Kl 20) *The two bedroom villa features classic colonial elegant interior both in the king size bedroom and in the connecting single bedroom.*

(Kl 21) ***Bella Vista** Five-bedroom villa for up to 10 people.*

(Kl 22) *The extensive state-of the art compound is a home to three connecting villas, which are authentic royal court from Solo, and two free-standing villas disperse in adjoining.*

(Kl 24) *The Bella Vista is features a private swimming pool, private pantry, private living - dining room and butler service.*

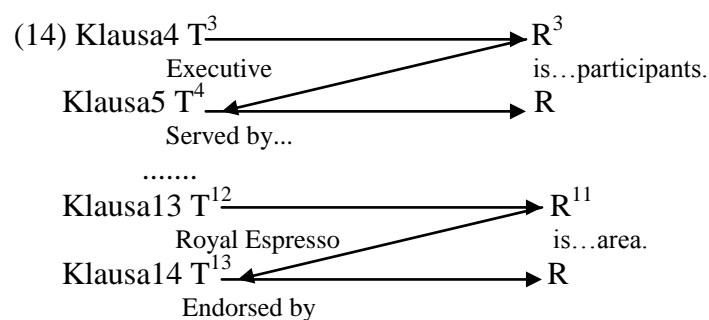


Contoh tersebut memperlihatkan bahwa pola tema multiple memberikan organisasi penyusunan pada teks dengan kedua strategi pola zig-zag dan tema re-iteration yang dilakukan untuk menjabarkan tema utama. Pola Multiple menyebutkan ada 4 kategori villa yaitu villa Plantation, villa Arum, villa Ambar dan Bella Vista. Didalam pola multiple memiliki Pola zig-zag berfungsi untuk mengembangkan informasi yang terdapat pada klausa sebelumnya, misalnya Villa Plantation yang menampung 2 orang dan memberikan informasi interior dengan struktur kayu jati yang berukuran besar. Selain pola zig-zag yang terdapat pada pola Multiple adalah pola re-

iteration. Misalnya klausa 21 yang menyebutkan Bella Vista memiliki 5 tempat tidur

Seperti pola pilihan tema yang lain, penggunaan pola tema dapat juga berhubungan dengan mode. Bahasa brosur hotel menunjukkan sedikit ‘rencana’ dalam pengembangan tema dengan bagian pola tema re-iteration yang pendek dan pergeseran tema yang cepat. Teks tertulis dalam penggunaan strategi pengembangan tema lebih umum. Meski kedua tema dari pola tema zig-zag dan pola tema multiple dalam brosur hotel sedikit dibandingkan dengan pola tema re-iteration. Nominalisasi dalam pola tema re-iteration mempunyai tujuan untuk menciptakan kohesi teks.

Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa ada klausa yang dikembangkan tanpa memanfaatkan pola pengembangan tema yaitu hanya menggunakan Tema dan Rema. Dari klausa-klausa yang dikembangkan terdapat pola tema yang tanpa mengulangi Tema + Rema dari klausa sebelumnya. Hal ini membuat setiap klausa memiliki ide yang terpisah karena tidak dikembangkan dari tema atau rema. Selain munculnya Tema+Rema, dalam brosur perhotelan juga terdapat Rema kosong (empty Rheme) seperti pada brosur Quality Hotel Solo (teks 8).



Dalam analisis teks HQ, ditemukan adanya Rema kosong (Lixia Wang). Hal ini berarti bahwa penulis brosur gagal memberikan informasi baru di Rema. Maka dalam menulis suatu teks harus adanya kohesi untuk memberikan informasi baru yang diperkenalkan di Tema. Informasi baru juga diletakkan di Rema. Keseimbangan antara Tema dan Rema merupakan komponen yang sangat penting dalam menyusun teks. Klausa 5 dan klausa 14, tidak terdapat rema karena tema yang tertulis dalam bentuk pasif. Jadi tidak ada informasi baru. Atau dengan kata lain subjek yang digunakan terdapat pada klausa sebelumnya.

Dari pembahasan brosur hotel dapat disimpulkan bahwa tidak mengikuti pola pengembangan tema yang terdapat pada teori Eggins. Dalam membangun teks pengembangan pola tersebut berbeda-beda, yaitu pola re-iteration, pola zig-zag, dan pola gabungan. Dari ketiga hal itu terdapat juga rema kosong. Seperti yang kita tahu bahwa iklan memiliki fungsi informatif dan persuasif atau membujuk dengan menggerakkan kesadaran masyarakat yang kreatif bagi penulis brosur supaya konsumen termotivasi untuk mengikuti produsen dari produk yang diiklankan atau ditawarkan.

## BAB VII

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Dari analisis data yang telah dilakukan, simpulan yang dapat penulis tarik adalah sebagai berikut.

1. Jenis-jenis tema yang ditemukan brosur bintang 4 dan 5 di Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta adalah tema ideasional (topikal) yang meliputi tema topikal tak bermarkah dan tema topikal bermarkah, tema interpersonal, tema tekstual dan tema gabungan. Dari tema itu yang paling banyak digunakan dalam brosur adalah tema topikal tak bermarkah karena brosur cenderung menggunakan subjek sebagai tema. Di samping itu, beberapa tema dalam klausa juga berbentuk objek, frase adverbial, frase preposisi, tema yang di pasifkan, dan klausa itu sendiri sebagai tema. Hanya beberapa brosur yang menggunakan tema interpersonal, yaitu pada brosur hotel Grand Mercure, Hotel Jogjakarta Plaza, dan Hotel Patra Jasa. Penggunaan kata sambung (*conjunction*) dan kata keterangan konjungtif (*conjunctive adjunct*) ditemukan pada tema tekstual. Dalam tema brosur, juga ditemukan tema gabungan yang menggabungkan antara tekstual^eksperiensial, Interpersonal^eksperiensial, dan tekstual^interpersonal. Iklan brosur merupakan tema tak bermarkah yang menempatkan informasi baru dalam tema maka brosur hotel tersebut memiliki dua tujuan. Pertama, sekelompok informasi diperkenalkan



sebagai kesatuan yang tidak terikat. Kedua, klausa memberikan informasi baru dari informasi sebelumnya dan memfokuskan informasi tersebut. Keduanya menggunakan klausa yang nampak berkaitan dalam penafsiran iklan.

2. Analisis kohesi yang diuraikan singkat dengan unsur-unsur kohesi dalam brosur hotel memiliki hubungan pola kohesi dan makna yang berbeda. Unsur kohesi tersebut meliputi referen (anaforik, kataforik dan referen perbandingan), penghilangan kata (*ellipsis*), konjungsi (pengembangan (*elaboration*), perluasan (*extension*), peningkatan (*enhancement*)), dan kohesi leksikal memiliki klasifikasi (*clasification*), Co-hiponimi (*co-hyponymy*), Class/sub-class, Kontras (*contrast*), Persamaan (*similarity*) yang dibagi menjadi Pengulangan (*Repetition*) dan Sinonim (*Synonymy*), Komposisi (*composition*) yang ditemukan hanya meronimi (*meronymy*). Dengan demikian, pola referen mengandung makna tekstual, leksikal kohesion mengandung makna interpersonal, dan kata sambung merupakan gabungan antara makna eksperiensial dan tekstual.
3. Pengembangan tema dalam brosur hotel berbintang di Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta menurut teori Eggins tidak mengikuti pola pengembangan tema. Pola pengembangan tema pada brosur hotel memiliki fungsi informatif dan persuasif atau membujuk dengan menggerakkan kesadaran masyarakat yang kreatif mungkin supaya termotivasi untuk mengikuti produsen dari produk yang diiklankan atau ditawarkan. Dengan demikian, kreativitas penulis brosur dituntut untuk sukses mengiklankan brosur

perhotelan. Dari brosur yang ditemukan, digunakan pengembangan tema yang berbeda dalam membangun teks. Pola tersebut tidak digunakan dalam teks secara utuh melainkan hanya beberapa klausa saja. Pola yang pertama adalah pola zig-zag yang muncul adalah pola yang dapat berupa Rema klausa sebelumnya menjadi Tema klausa berikutnya seperti pada brosur hotel Patra Jasa dan Puri Asri Hotel Magelang, sedangkan yang kedua, pola re-iteration/konstan yaitu Tema klausa sebelumnya menjadi tema klausa berikutnya seperti pada brosur Hyatt Regency Hotel Yogyakarta, tetapi ada juga yang tidak muncul sama sekali dalam suatu teks seperti pada brosur Hotel Santika Jogja. Pola tema gabungan yang terdapat dalam brosur muncul hanya beberapa saja misalnya dalam brosur Losari Coffee Plantation Hotel Magelang. Brosur yang diiklankan ada beberapa yang mengulangi kata-kata tertentu yang bertujuan untuk menunjukkan fasilitas yang diunggulkan serta dengan memberikan layanan atau jasa dari brosur yang diiklankan. Kata-kata tersebut dipilih untuk menekankan layanan yang tersedia di hotel tersebut, seperti pada brosur Hyatt Regency Hotel Yogyakarta dan Hotel Patra Jasa.

## **B. Saran**

Saran yang dapat penulis kemukakan sehubungan dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut.

Pertama, penelitian mengenai tema dan rema dalam brosur pariwisata atau iklan elektronik maupun yang lainnya belum pernah dilakukan sehingga

penulis sarankan untuk melakukan penelitian dengan topik sama untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai jenis tema, pola pengembangan tema dan kekohesian .

Kedua, penelitian mengenai jenis tema, pola pengembangan tema, dan kohesi dari brosur yang berbeda, misalnya makna interpersonal seperti MOOD yang digunakan untuk mengorganisasikan proses interaksi yang melibatkan penulis dan penutur atau pembaca dan pendengar yang terdapat dalam brosur dan strukturnya dapat dilakukan untuk menambah kekayaan pustaka analisis wacana.

Ketiga, penulis memberikan saran kepada pembuat brosur untuk mengikuti pengembangan tema yang ada karena merupakan komponen yang sangat penting dalam menyusun teks agar pembaca atau konsumen mengerti maksud dan tujuan apa yang diberikan atau ditawarkan.

### 3. Grand Candi hotel Semarang

Welcome to Grand Candi Hotel, where you never far from you want to be. It is where you can visit neighbouring cultural sites and cities including the Borobudur Temple, the Dieng Plateau, Jepara, Solo, and Yogyakarta - all places where you are always in touch with nature.

It is where you can take in panoramic views of charming Semarang, distant volcanoes, and Tanjung Emas, Semarang's bustling harbor.

Grand Candi Hotel, where business is always a pleasure, where you can relax, unwind and just be yourselves.



[ [More Pictures](#) ]

**Grand Candi** is located in the most prestigious area, just twenty minutes from Achmad Yani Airport and Tawang, the railway station of Semarang, a short walk to 9 holes Semarang Golf Club, and 5 minutes drive to Simpang Lima, the city centre of Semarang.



[Enlarge the map](#)

**Grand Candi Hotel** provide 210 well-appointed guestrooms that include:

- \* 1 Presidential Suite
- \* 7 Executive Club rooms
- \* 6 Deluxe Superior rooms
- \* 20 Deluxe Panorama rooms
- \* 24 Superior rooms

#### **Room Facilities**

- \* air-conditioning
- \* satellite TV
- \* in-house movies



[ [More Pictures](#) \* ]

- \* in-house music entertainment
- \* radio news
- \* IDD facilities
- \* hair dryers
- \* mini bar

### Service & Facilities

- Valet service and ample parking space
- Fully equipped Business Centre with Internet access
- Secretarial, on-call translator and interpreter services
- Laundry and dry cleaning services
- Airport & train station representative and transfer available
- 24-hour on-call medical and doctor service
- Baby sitter available on request
- Foreign currencies and all major credit cards accepted



[ [More Pictures](#) ]

### Hotel Facilities

Boutique(s)  
 Car Rental / Car Hire  
 Conference Facilities  
 Disabled Facilities  
 Gymnasium  
 Indoor Swimming Pool  
 Laundry Cleaning Service  
 Outdoor Swimming Pool  
 Parking / Car Park  
 Room Service - 24 Hrs.  
 Sauna  
 Tennis Court(s)  
 Tour Desk  
 Wakeup Service

### Room Facilities

Air Condition  
 Hairdryer  
 In-room Movies  
 Minibar  
 Satellite T.V.  
 Telephone / Direct Dial  
 Television  
 Trouser Press



## 2. Patra hotel Semarang

### The Patra Hotel in Semarang, Indonesia

In term of size and population, Semarang falls under the five major cities in the nation. It is situated on Java's flat northern coast and appropriately called the capital of Central Java as it lies halfway between the two extreme east and west coast of the island.



[ [More Pictures](#) ]

Patra Jasa Hotel Semarang is located on top of the hill at Candi Baru, overlooking the harbour and Ungaran mountain range. It is 20 minutes from the airport and 15 minutes from the shopping centre.

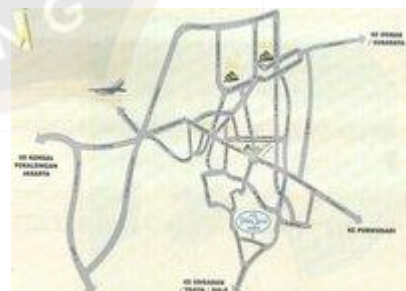
The hotel offers 146 Rooms consist of 121 hotel rooms and 25 motel rooms with wall to wall carpet and equipped with hot and cold water, bathtub and shower, Refrigerator, Colour-TV with In house movie, Radio and Music, Telephone. Whether you are visiting for business or pleasure, the hotel sure you will find accomodations more than satisfying.

The hotel offers the various facilities with the standard amenities of the hotel in its class. In addition, the nice interior decoration also make the place a perfect choice to spend your holiday or serve your business purpose. Either you come here for business purpose or sightseeing, you can relax in this comfortable hotel.

Visitors to Semarang will see that the hotel is the right choice with its convenient location and complete service and facilities.

### Location

Semarang is only 50 minutes from Jakarta by air travel. Another option would be to take the Argo Muria, Argo Anggrek or Kamandanu train, which will take approximately six hours. This ancient city is the capital of the province of Central Java, situated about 500 km from Jakarta. The province is widely known for its historical buildings, such as the Borobudur temple, and its arts and craft industry, such as the batik industry in Solo.



[Enlarge the map](#)

Patra Jasa Hotel Semarang is located on top of the hill at Candi Baru, overlooking the harbour and Ungaran mountain range. It is 20 minutes from the airport and 15 minutes from the shopping centre.



## Room

When you're going to Semarang for business or pleasure, choose and enjoy one of 146 Rooms consist of 121 hotel rooms and 25 motel rooms with wall to wall carpet and equipped with hot and cold water, bathtub and shower.



[ [More Pictures](#) \* ]

All of spacious rooms including Suite, Deluxe, Standard or Bungalows which are elegantly decorated and air conditioned, completed with mini bar, in house movie for all day long entertainment, music and IDD telephone lines. Many are balconies offering breathtaking views the green hills and open sea. Whether you are visiting for business or pleasure, the hotel sure you will find accomodations more than satisfying.

## The Kendalisodo Brasserie Restaurant and Cokrokembang Bar

The hotel offers a resrtaurant where you can get experience both of Indonesian and European food cuisine for 24 hours with atmosphere for your dining pleasure. You can enjoy with a fine drink and snack at the cozy bar is an ideal place to relax and unwind after a tiring day.



[ [More Pictures](#) ]

## Business Facilities

Patra Jasa Resort & Convention Semarang is an ideal choice for social and business functions as well as conferences and seminars. The hotel Poncowati conference hall can accommodate up to 1.500 persons. For a private meeting of about 20 persons, you have a choice for Mendut Room of course, all the meeting rooms are fully equipped with modern audio visual equipments.

## Recreation

You can keeping your body in shape at the hotel golf arrangement, swimmming pool, aerobics health and fitness center and tennis court. In here you can make yourself relax with several exercise. You can relax and unwind with Giri Loka Spa service, are ideal for guests who wish to simply relax after a hard working day or you can enjoy with beach volleyball.

### Hotel Facilities

Airport Transfer  
Bar  
Barber / Mens Hairdresser  
Beauty Salon / Manicure  
Business Centre  
Cocktail Lounge

### Room Facilities

Coffee / Tea Making Facilities  
Radio  
Refrigerator  
Telephone / Direct Dial  
Television

Coffee Shop  
Conference Facilities  
Currency Exchange  
Doctor  
Fitness Centre / Health Club  
Jogging Track  
Outdoor Swimming Pool  
Tennis Court(s)



## 10. Sahid Raya hotel Solo City

### Sahid Raya Hotel at Solo City

The most famous and finest four star business hotel in Solo city. Only short drive from the newly expanded Adisumarmo Airport.



Extremely convenient of the Royal Kraton and itself a glorious monument to Solo's traditional arts and culture. With 140 luxurious rooms and suites, highly enjoyable dining in the Ratu Ratih cafe and perfectly mixed cocktails in the Sekar Jagad PUB & K-TV. An abundance of amenities and services to delight both business and holiday travellers.

Fully-equipped conferencing facilities, including the gorgeous Pedan Ballroom & Sukoharjo room designed informal Javanese Joglo style. Rounded the clock room service. A fitness centre, a Gajah Mungkur swimming pool, a shopping arcade and indoor parking garage.

All rooms are well standard equipment with Solo's traditional arts and culture concept. With 138 luxurious rooms and suites only a short drive from the newly expanded Adi Sumarmo Airport, the four star Sahid Raya Solo is just around corner from the Mangkunegaran Keraton and nicely situated nearby all major businesses and with easy access to shopping and tourist attractions.



Rooms in each category are of ample size, clean, comfortable, tastefully furnished and complete with the amenities that today's business and holiday travelers have come to expect.

A simple hotel in a good location with a standard equipment and facilities.

### Restaurant

Sekethi Restaurant which traditional atmosphere. Located beside the swimming pool.



### Hotel Facilities

Baby Sitting

### Room Facilities

Air Condition

Ballroom  
 Beauty Salon / Manicure  
 Business Centre  
 Coffee Shop  
 Doctor  
 Fitness Centre / Health Club  
 Gymnasium  
 Laundry Cleaning Service  
 Outdoor Swimming Pool  
 Parking / Car Park  
 Room Service – Limited  
 Tour Desk  
 Wakeup Service

International IDD Phone  
 Minibar  
 Radio  
 Television

### Location

Only short drive from the newly expanded Adi Sumarmo Airport. Extremely convenient to the Royal Kraton

- # 15 km to the nearest Airport (Solo city)
- # 10 minute walk to the nearest Metro station (Matahari dept. store)
- # 1 km to the nearest Station (Solo balapan)
- # 15 minute walk to the nearest Bus stop



[Enlarge the map](#)

### Places of Interest within Walking Distance

Place	Distance	Walking Time
Metro Station	Km.	10 Min.
Bus stop	Km.	15 Min.

### Places of Interest within Driving Distance

Place	Distance	Driving Time
Airport	15 Km.	Min.



## 8. Quality hotel Solo City

**Quality Hotel in Solo City** has 139 rooms, consisting of 1 Presidential Suites, 2 Suites, 8 Grand Rooms and 128 Deluxe Rooms. The hotel is ideal located at west gate of Surakarta,

4 km from Mangkunegaran Palace, 5 km from the Sunan's Palace or Kraton, 5 km from Government centre, 5 km from the famous shopping area of Pasar Klewer. It is only 15 minutes from Adi Sumarmo Airport and 6 minutes from Balapan Railway Station by Taxi.



### Rooms

The Quality Hotel Solo has spacious guest rooms luxuriously decorated with soft colors and modern equipment, including bathrooms, showers and hot and cold water.



**The Music Room** is famous for live music entertainment with bands from Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Yogyakarta and Solo, featuring variety like the American Top 40's, Rhythm and Blues, Rock n' Roll, Indonesia Best Pop Song and Evergreen. Visitors to the Music Room will enjoy refreshing cocktails and Today's Special Menu like chicken in the basket, fish and chips and other food delights.



### Hotel Facilities

### Room Facilities

Air Condition  
In-room Movies  
International IDD Phone  
Minibar  
Refrigerator  
Television

### Location

10 minutes from airport. 10 minutes from Surakarta Palace. 60 minutes from Pramabahan and Borobudur Temple. 35 km from Sukh Temple. 40 km from Tawangmangu Resort.



[Enlarge the map](#)

#### Places of Interest within Walking Distance

Place	Distance	Walking Time
-------	----------	--------------

#### Places of Interest within Driving Distance

Place	Distance	Driving Time
Airport	Km.	10 Min.
Surakarta Palace	Km.	10 Min.
Pramabahan and Borobudur Temple	Km.	60 Min.
Sukh Temple	35 Km.	Min.
Tawangmangu Resort	40 Km.	Min.



## 7. Hyatt Regency hotel Yogyakarta

The city of Yogyakarta is located within the Yogyakarta province. It is well known as a center of classical Javanese fine art and culture such as batik, ballet, drama, music, poetry and puppet shows. Tourists flock in this city in large numbers, for there is no dearth of Hotels in Yogyakarta in Indonesia catering to various budgets. But for a different hotel experience come



to the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia which is one of the mostly visited 5 Star Hotels in Yogyakarta. The Location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta is in the beautiful north western fringes of Yogyakarta. The hotel can be conveniently reached from the Yogyakarta International Airport. You can enjoy the stunning beauty of Mount Merapi, Seribu Mountain and Java's beautiful landscape while staying in this hotel.

In the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia you can choose from the 269 luxurious and elegant guestrooms and guest such as King Room, Twin Room, Deluxe Room, Club Room, Club Twin, Regency Suite King, Regency Executive, Suite and the Presidential Suite. **The Room Facilities at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta incorporates:**

- Separate work area
- Hairdryer
- Mini bar
- TV with satellite connection
- Telephones
- Individual air conditioning control
- In-room safe
- Mineral water
- bathrobe
- 24-hour room service
- Tea and coffee maker
- Speakerphone
- 24-hour concierge
- Morning newspaper

You will feel elated by the hosts of Hotel Amenities and Services at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta which comprises of; Business centre, boutiques and shops, transport to Airport by Limousine, high-speed internet, 2 Restaurants serving Asian, Western and Indonesian delicacies, 2 Bars, 1 Lounge, Health club and spa, outdoor swimming pool, tennis courts, golf course, 1 ballroom, 3 meeting rooms and Outdoor Function Space.

Come to the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia which is one of the best 5 Star Hotels in Yogyakarta. There are hosts of Hotels in Yogyakarta in Indonesia to accommodate heavy inflow of foreign visitors who comes to Yogyakarta located within the Yogyakarta province to witness famous classical Javanese fine art and culture such as batik, ballet, drama, music, poetry and puppet shows. You will



reach the Location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta within 15 minutes from the Adisucipto International Airport in Yogyakarta. After a tiring and hectic journey you are guaranteed to be refreshed by the soothing room facilities at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia.

The 5 Star Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia comprises of 269 lavishly decorated guestrooms and suites such as the King Room, Twin Room, Deluxe Room, Club Room, Club Twin, Regency Suite King, Regency Executive, Suite and the Presidential Suite. The excellent room facilities at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia will not only provide you with relaxation and comfort but will make you feel like a monarch.

You will be offered with hairdryer, mini bar, dual dial telephones, mineral water, 24-hour room service, 24-hour concierge facility, complimentary morning newspaper, tea and coffee making facility, large TV with satellite connection, separate work area, speakerphone, marble finish exquisite ensuite bathroom with bathrobes in the room facilities at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia.

The King Room comes with views of lush gardens, sparkling pool, and plush king bed, black marble bath and complimentary downtown shuttle service.

The Presidential Suites offer view of the bustling Yogyakarta city and famous Mount Merapi views, king bedroom, separate living and dining areas, kitchenette, balcony with sundeck and outdoor jetted spa tub, fruit basket, free shuttle to downtown, High-speed Internet access and Regency Club extras.

To spend some wonderful and rejuvenating days the Yogyakarta, in Indonesia located within the Yogyakarta province is the perfect holiday destination. To accommodate foreign visitors there are ample inns, lodges and Hotels in Yogyakarta in Indonesia catering to various budgets. Out of many 5 Star Hotels in Yogyakarta the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia attracts fairly large number of visitors throughout the



year. You will find the Location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta most suitable to reach from the Adisucipto international Airport in Yogyakarta and can be conveniently reached to major places of interests. The wide range of hotel amenities and services at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia are designed to satisfy the most discerning traveler.

The Kemangi Bistro Restaurant which features an open-show kitchen with a wood-burning pizza oven serves breakfast, lunch and dinner. Restaurant Cemara Teras features typical Indonesian cuisine in a cozy outdoor setting.

After a hectic day you can relax with friends in the Paseban Lounge or the Panorama Teras in the hotel rooftop with uninterrupted views of Mount Merapi and Seribu.

You can workout in the well equipped health club and then refresh in the hotel spa or in the beautiful and large outdoor swimming pool. For recreation one tennis court and 9 hole golf course is include in the hotel amenities and services at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia.

The hotel offers 1 large sized ballroom for wedding purpose, 3 meeting rooms equipped with latest conference facilities and outdoor function venue for business gatherings.

Other hotel amenities and services at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia includes hotel shops, boutiques, transport to airport by limousine, high speed internet, dual dial telephones, 24-hour room service, 24-hour concierge facility, complimentary morning newspaper, tea and coffee making facility, large TV with satellite connection, separate work area, speakerphone and marble finish exquisite ensuite bathroom with bathrobes.

Hotel Facilities	Room Facilities
Baby Sitting	Hairdryer
Beauty Parlour	Minibar
Boutique(s)	Non Smoking Guestrooms
Car Rental / Car Hire	Radio
Conference Facilities	Telephone / Direct Dial
Disabled Facilities	Television
Laundry Cleaning Service	Trouser Press
Outdoor Swimming Pool	Voltage 220/240
Parking - Coach/Bus	Air Condition
Parking / Car Park	Satellite T.V.
Sauna	
Tennis Court(s)	
Wakeup Service	



Room Service - 24 Hrs.

Located within the Yogyakarta province the city of Yogyakarta is famous for classical Javanese fine art and culture such as batik, ballet, drama, music, poetry and puppet shows. As this city is visited by large number of foreign visitors you will find quality Hotels in Yogyakarta in Indonesia catering to various budgets. If you want to stay in 5 Star Hotels in Yogyakarta then come to the Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia which is one of the favorite choice for tourists. You will be more than happy by the wonderful location of Hyatt



Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia which is in the picturesque suburbs of north western Yogyakarta. You can reach the hotel within 15 minutes from the Adisucipto international Airport in Yogyakarta. After enjoying soothing Room Facilities at Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta you can relish the spectacular views of Mount Merapi, Seribu Mountain and Java's beautiful landscape from the window pane. The Location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia is favorable to both leisure and business travelers.

### Getting to Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta

Reaching the location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia is made easy as the hotel provides a complimentary shuttle to Malioboro in downtown Yogyakarta, on a first come, first served basis. You can site the Hyatt Regency Yogyakarta hotel near the main highway with easy reach to Borobudur Temple, the city centre and many other places of interest.

### Tourist attraction near Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta

From the fantastic location of Hyatt Regency Yogyakarta Hotel in Yogyakarta in Indonesia you can visit art galleries, City Centre, Merapi Golf Course, Borobudur Temple and the Prambanan Temple.

#### Places of Interest within Walking Distance

Place	Distance	Walking Time
Nearest Station: Tugu	7 Km.	_ Min.

#### Places of Interest within Driving Distance

Place	Distance	Driving Time
Nearest Station : Tugu	7 Km.	_ Min.
City centre	7 Km.	10 Min.

Aisucipto Airport Yogyakarta (JOG)	15 Km.	15 Min.
Merapi Golf Course (18 holes)	25 Km.	25 Min.
Borobudur Temple	42 Km.	50 Min.



## 11. Puri Asri hotel Magelang

**Puri Asri Hotel Magelang** is located in Magelang, Central Java. It has views of a river, rice fields, villages, mountains, Taman Kyai Langgeng and a beautiful nature with a nuance of 'back to nature.' With the title of four stars hotel, we provide 160 rooms for your business or family needs.



The hotel offers a wide range of accommodations quite suitable for all guests coming to Magelang. All rooms comprise the necessary modern conveniences so guests may have the most comfortable stay possible. With its different type of rooms, you are sure to find a variety of rooms to fit your needs.



### CAFES & RESTAURANTS

#### ***Pringgondani Restaurant :***

This restaurant provides with many kinds of Indonesian, Chinese and Europe menus. The capacity of it is for about 160 people with a solo organ instrument which will company you to have dinner with your family or business connections.

*Open : Monday – Sunday 24 hours non stop*



#### ***Apung Restaurant :***

This restaurant has a Chinese ethnic nuance with a unique atmosphere, that is the building is floating on a pond. This is very appropriate to enjoy many Chinese menus, such as fried pigeon, Hong Kong soup, 'kailan sapi', 'Udang Gulung Ham' and many more.

*Open : Tuesday – Sunday 18.00 – 23.00*

On Mondays, it is closed.

#### ***Café Madukoro :***

You can enjoy a very relax atmosphere and have a talk with your family or business connections on a swimming pool area, besides that you can also enjoy many kinds of snacks, such as burger, sandwich and soft drinks. This location is



very suitable for you who want to serve your family or business connections by having BBQ party. *Open* : 07.00 – 18.00 (Saturdays, Sundays and Holidays).

Located just 15 minutes from The Borobudur Temple in Magelang, Central Java. Puri Asri Hotel also offers an unforgettable journey on an exhilarating white water rafting expedition along the Progo River.



## 9. Novotel hotel Solo City

**Novotel Solo** is a 4 star hotel catering to both business and leisure travellers. The hotel offers good value and consistent quality with modern stylish rooms and comprehensive business facilities in a relaxing environment.



Novotel Solo has 142 rooms and Suites. All rooms (including non-smoking and connecting rooms) are equipped with :

- Security key card lock
- Air conditioned
- IDD telephone
- Remote control satellite TV (in-house movie channel and radio channel)
- In-room safe deposit box
- Individually controlled AC system
- Complimentary tea & coffee making facilities
- Mini bar/fridge
- Bath and shower
- Personal fax/modem line
- Computer socket (executive floor only)



### Restaurant & Bar

The Andrawina Restaurant serves the best of Indonesian, Japanese, Chinese and Western cuisine. You can taste the finest homemade pastry and bread at the Sun Pastry and Deli shop.

At the Saraswati Bar you can choose your favourite drinks or cocktails and relax after a busy day and enjoy the live music while overlooking the lush garden resort style swimming pool.



### Business Facilities

The large Borobudur Ballroom on the 2nd floor can accommodate meetings, conventions, banquets and weddings of up to 1000 persons. Also on this floor are 3 meeting rooms for functions of up to 300 persons. All meeting rooms are

equipped with the most sophisticated up-to-date audio visual presentation equipment.

The well equipped Executive Business Centre provides full secretarial services and the Novonet outlet for computer rental, internet access and e-mail services.

### **Recreation Facilities**

- Children's club (6 to 12 yrs old)
- Video gamesroom
- Massage Room
- Playground/s for children
- Outdoor heated pool
- Fitness centre
- Gymnasium
- Sauna
- Jogging track

### **Services & Facilities**

- Shuttle to airport/train station/city center
- Baby sitting (on request)
- Foreign exchange
- Hotel doctor
- Laundry
- Non-smoking rooms available
- Parking

#### **Hotel Facilities**

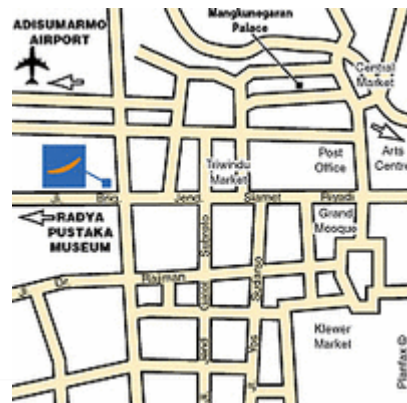
Car Rental / Car Hire  
Conference Facilities  
Gymnasium  
Laundry Cleaning Service  
Outdoor Swimming Pool  
Parking - Coach/Bus  
Parking / Car Park  
Sauna  
Wakeup Service

#### **Room Facilities**

Air Condition  
Hairdryer  
In-room Movies  
Minibar  
Non Smoking Guestrooms  
Telephone / Direct Dial  
Television

Novotel Solo is ideally located in the heart of Solo on Jalan Slamet Riyadi, the broad tree lined avenue running East-West through the centre of Solo.

Within walking distance of the shopping centre and business district and is only minutes away from tourist destinations including the 2 main palaces, Keraton Mangkunegaran and Keraton Surakarta, the biggest batik market Pasar Klewer, the Triwindu antique/curiosity market, Sriwedari amusement park with puppet and cultural shows and many other interesting places to visit and eat.



Only 15 minutes drive away from Sumarno Airport and 5 minutes from the railway station.

#### Places of Interest within Walking Distance

Place	Distance	Walking Time
Nearest Station : Solo Balapan	1 Km.	_ Min.
Nearest Fair Site : Graha Wisata	0 Km.	_ Min.

#### Places of Interest within Driving Distance

Place	Distance	Driving Time
Airport : Solo City	10 Km.	15 Min.



## 12. Losari Coffee Plantation hotel Magelang

### **Losari Coffee Plantation - Resort & Spa**

**Magelang** is a boutique resort consisting of twenty-six villas situated on twenty-two hectares of a beautiful, lush working coffee plantation nestled in the highlands nine hundred meters above Central Java. All of the guesthouses are built in various Javanese styles and feature stunning views of the surrounding eight volcanoes and majestic plantation grounds.



Losari's centerpiece undoubtedly remains the historic Club House, which served as the home for the owners of the plantation since its inception. Today, it serves as a gathering spot for guests, and is richly appointed with period pieces and a library and music room.

Its veranda serves as the perfect place to view the glorious sunrises and sunsets that only the Losari's locale can provide. While at Losari, you can find rejuvenation in the Hammam, a real Turkish bath, and can receive any one of a number of relaxing spa treatments.

Each of Losari's 26 villas is unique. They are all located on the hilltop in the middle of the plantation and are all reconstructed from original Javanese Limasans, Joglos or Kudus houses.



There are four villa categories; each category's name describes its location or the sweet perfume of the surrounding flora.

### **ROOM TYPES**

#### ***Plantation Villas :***

Accommodates up to two people. Elegant and specious interior enhance the original Javanese old teak wood carved structure furnished with crafted King size bed a wide mosquito netting and nice sitting area. Size: 118 sq. metres.

#### ***Arum Villas :***

Accommodate up to two people. The specious accommodation is set in picturesque view of hills and mountains. The architecture and the interior reflect the cultural Javanese heritage and skill of local craftsmen, combined with chic

romantic styling and personalised service. Size: 120 sq. metres.

***Ambar Villas :***

Accommodates up to 3 people. The two bedroom villa features classic colonial elegant interior both in the king size bedroom and in the connecting single bedroom. Size: 135 sq. metres.

***Bella Vista :***

Five-bedroom villa for up to 10 people. The extensive state-of-the-art compound is a home to three connecting villas, which are authentic royal court from Solo, and two free-standing villas disperse in adjoining.

The Bella Vista is features a private swimming pool, private pantry, private living - dining room and butler service. Size: 910 sq. metres.

***Restaurants :***

Java Red and Java Green Restaurant - With a stunning view of Mt. Merbabu, Mt. Andong and Mt. Merapi, traditional old Javanese buildings give the Losari Restaurants very unique atmosphere for casual all-day-dining. The Cuisine includes a variety of authentic, Indonesian, International and Mediterranean recipes. All ingredients come daily from Losari's own vegetable garden. Java Red ideally can accommodate for 80 people and Java Green for 40 people. Java Red Restaurant open: 07.00 - 22.00 / Java Green Restaurant open: 10.00 - 18.00.



***Spa :***

The Spa offers Indonesian herbal treatments with traditional beauty recipes hailing from the Royal Palace of Yogyakarta. Five massage suites contain beautiful marble sunken baths, which overlook the lush tropical vegetation and the volcanoes. All staff are fully trained in Eastern and Western massage techniques with an emphasis on the quality of touch.



The Losari Long stroke massage is truly unique and memorable, featuring long flowing strokes, rocking rhythmic delivery and consistent pressure.

The salon offers herbal creambaths, hair trimming and styling along with nailcare and facials.



The Losari Plantation is located in the center of the "Golden triangle" in Central Java. Where can be reached by air via Semarang, Jogjakarta and Solo Airports. It is located about on and a half hour by car from the Semarang airport and about two hours by car from the Jogjakarta and Solo Airports.



[Enlarge the map](#)

